



STRATEGY OF THE ADMINISTRATIVE BUREAU LEADING THE WEST SUMATRA PROVINCE SECRETARY IN MANAGING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @HUMAS.SUMBAR

STRATEGI BIRO ADMINISTRASI PIMPINAN SETDA PROVINSI SUMATERA BARAT DALAM MENGELOLA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMAS.SUMBAR

Dzikra Khaira Ansury¹, Amalia Djuwita²

^{1,2} Fakultas Komunikasi dan Sosial, Universitas Telkom

E-mail: dzikrakhairaansury@student.telkomuniversity.ac.id¹, amaliadjuwita@gmail.com²

ARTICLE INFO

Correspondent

Dzikra Khaira Ansury
dzikrakhairaansury@student.telkomuniversity.ac.id

Key words:

Government Public Relations, Instagram, strategy, The Circular Model of SoMe

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 792 - 809

ABSTRACT

The government has a responsibility in communicating government programs. The delivery of information on social media is currently a utilization of the government's public relations management function. In carrying out the management function, of course, government public relations requires a strategy. This research research discusses the Strategy of the Leadership Administration Bureau in managing @humas Instagram social media accounts. West Sumatra. The purpose of this research research is to find out how the Strategy of the Administrative Bureau of the West Sumatra Provincial Secretariat in managing Instagram social media @humas.sumbar. This research research uses a qualitative approach with a type of descriptive research, the collection of research data is obtained through interviews, observations and documentation. This research research uses the theory of public relations strategy in social media management by Regina Luttrell, namely The Circular Model of SoMe, there are four aspects of stages consisting of Share, Optimize, Manage and Engage. The results of the study stated that the West Sumatra Provincial Secretariat Leadership Administration Bureau has implemented a social media management strategy and implemented it using the theory of The Circular Model of SoMe which was carried out in four stages, namely (1) sharing by sharing information through Instagram social media @humas.sumbar; (2) Optimize in content planning; (3) Manage Instagram through monitoring; (4) Engage the audience.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Koresponden Dzikra Khaira Ansury <i>dzikrakhairaansury@student.telkomuniversity.ac.id</i></p> <p>Kata kunci: Humas Pemerintah, Instagram, strategi, The Circular Model of SoMe</p> <p>Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</p> <p>Hal: 792 - 809</p>	<p>Pemerintah memiliki tanggung jawab dalam mengkomunikasikan program pemerintahan. Penyampaian informasi di media sosial saat ini merupakan pemanfaatan fungsi manajemen humas pemerintahan. Dalam menjalankan fungsi manajemen tentunya humas pemerintah memerlukan strategi. Riset penelitian ini membahas mengenai Strategi Biro Administrasi Pimpinan dalam mengelola akun media sosial Instagram @humas.Sumbar. Tujuan dari riset penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Strategi Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat dalam mengelola media sosial Instagram @humas.sumbar. Riset penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, pengumpulan hasil data riset ini diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Riset penelitian ini menggunakan teori strategi humas dalam pengelolaan media sosial oleh Regina Luttrell yaitu The Circular Model of SoMe, terdapat empat aspek tahapan-tahapan yang terdiri dari <i>Share</i> (berbagi), <i>Optimize</i> (Optimalisasi), <i>Manage</i> (Mengelola) dan <i>Engage</i> (Melibatkan). Hasil Penelitian menyatakan bahwa Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat sudah menerapkan strategi pengelolaan media sosial dan mengimplementasikan dengan menggunakan teori The Circular Model of SoMe yang dilakukan terdiri dari empat tahap, yakni (1) <i>share</i> dengan membagikan informasi melalui media sosial Instagram @humas.sumbar; (2) <i>Optimize</i> mengoptimalkan dalam perencanaan konten; (3) <i>Manage</i> mengelola Instagram melalui monitoring; (4) <i>Engage</i> melibatkan audiens.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i></p>

PENDAHULUAN

Pemerintah memiliki tanggung jawab dalam mengkomunikasikan program pemerintahan. Lembaga yang menjalankan fungsi humas pemerintah pada lingkungan pemerintah daerah adalah Dinas Komunikasi dan Informatika dan Humas yang berada di bawah Sekretariat Daerah (Suprawoto, 2018:107). Begitupun pada Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Sumatera Barat atau yang biasa disingkat dengan Biro Adpim. Biro Administrasi Pimpinan merupakan salah satu organisasi Perangkat Daerah di Provinsi Sumatera Barat yang secara administratif berada di bawah Sekretariat Daerah. Menurut Peraturan Gubernur Sumatera Barat Nomor 75 Tahun 2020 terdapat pada pasal 111 Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Sumatera Barat mempunyai tugas membantu Asisten Administrasi Umum dalam penyiapan pelaksanaan kebijakan, pelaksanaan

pemantauan dan evaluasi di bidang Perencanaan dan Kepegawaian Sekretariat Daerah, Materi dan Komunikasi Pimpinan serta Protokol.

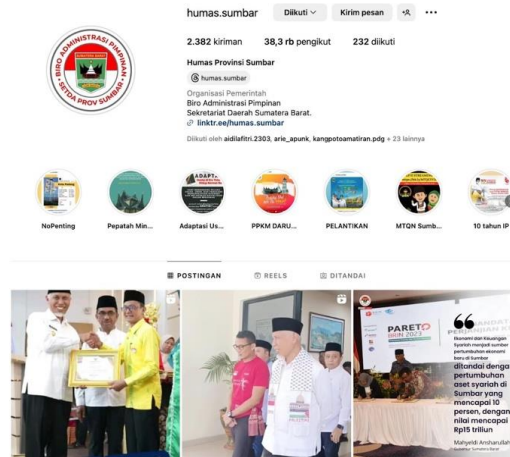
Dalam menjalankan tugasnya, Biro Administrasi Pimpinan memiliki fungsi dalam penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang Perencanaan Materi dan Komunikasi Pimpinan. Selain itu, Biro Administrasi Pimpinan juga berperan dalam penyampaian

informasi kegiatan pembangunan daerah maupun aktivitas yang dilakukan pimpinan daerah yang meliputi Gubernur, Wakil Gubernur, dan Sekda Provinsi dalam menjembatani informasi antara pemerintah dengan masyarakat (Renstra Biro Administrasi Pimpinan, 2022).

Perkembangan era digital dan teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat pesat yang membuat pengguna internet dapat dengan mudah mengakses informasi. Salah satu cara Biro Administrasi Pimpinan sebagai humas pemerintah dalam melakukan penyebaran informasi adalah melalui media sosial. Dengan begitu, memanfaatkan media sosial menjadi salah satu cara bagi humas pemerintahan untuk dapat membangun hubungan dengan masyarakat. Sebagai pelayanan informasi kepada publik, Biro Administrasi Pimpinan menggunakan salah satu media sosialnya yaitu Instagram. (Wawancara dengan bapak Arie Reza Putra selaku Kasubag Fasilitasi Komunikasi dan Pimpinan).

Melalui Instagram @humas.sumbar masyarakat dapat mengakses informasi yang telah dikemas dalam bentuk yang informatif. Melalui *platform* tersebut, Biro Administrasi Pimpinan Daerah Provinsi Sumatera Barat menyalurkan tanggung jawab moralnya dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan juga sebagai salah satu langkah dalam menjawab kebutuhan dan keinginan masyarakat mengenai kegiatan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Barat yang menjabat.

Pada pengelolaan akun Instagram @humas.sumbar, target audiens yang disasar merupakan kelompok remaja menuju dewasa saat ini, yaitu Gen Z. Hal tersebut didukung oleh wawancara yang dilakukan dengan salah satu pengelola akun Instagram tersebut yang menyatakan bahwa 40% dari pengguna Instagram di Sumatera Barat adalah Gen Z. Selain itu, *platform* ini didukung dengan fitur-fitur yang bervariasi dan menarik yang dapat memudahkan penyajian informasi serta mendukung kegiatan humas pemerintah agar berjalan dengan lancar. Instagram juga merupakan alat komunikasi yang efektif bagi humas pemerintahan untuk dapat berkomunikasi dengan masyarakat, mempromosikan kebijakan dan program pemerintah, serta membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat seputar lembaga pemerintahan.



Gambar 1. Profil Instagram @humas.sumbar
Sumber: Olahan Peneliti

Dalam mengelola akun media sosial Instagram @humas.sumbar sebagai salah satu jembatan antara pemerintah dengan masyarakat, Instagram @humas.sumbar harus mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara konsisten. Hal ini ditunjukkan dengan cara mengemas konten dengan lebih bervariasi dan mengedepankan visual yang mudah dipahami, mengingat audiens yang dituju adalah generasi muda. Namun, dalam mengelola akun Instagram tersebut terdapat tantangan tersendiri yaitu gaya penyampaian informasi yang masih perlu ada pembaruan dan belum bervariasi.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti menyajikan data perbandingan dengan beberapa akun Instagram pemerintah provinsi lainnya yang dikelola oleh Biro Administrasi Pimpinan. Berikut adalah tabel pemanfaatan *platform* media sosial Instagram oleh instansi Biro Administrasi Pimpinan dalam menyampaikan informasi dan mengoptimalkan media sosial khususnya Instagram sebagai proses penyampaian informasi:

Tabel 1. Pemanfaatan akun media sosial Instagram oleh Instansi pemerintahan per-Maret 2024.

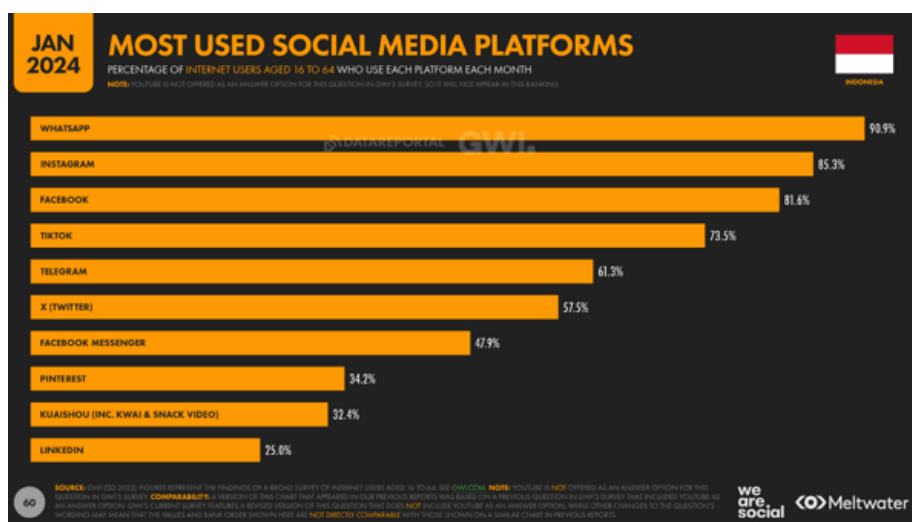
No	Instansi Pemerintahan	Platform Instagram	Jumlah Pengikut	Engagement Rate
1.	Pemerintah Provinsi Sumatera Barat	@humas.sumbar	39.369	0.32%
2.	Pemerintah Provinsi Aceh	@humasaceh	36.000	0,57%
3.	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	@humasprovjatim	48.300	0.17%
4.	Pemerintah Provinsi Jawa Barat	@biroadpimjabar	12.800	0.59%
5.	Pemerintah Nusa Tenggara Barat	@biroadpimntb	52.355	0,16%

Sumber: <https://socialblade.com/> (diakses pada 11/03/2024 pukul 15:20 WIB)

Berdasarkan pada tabel 1. peneliti memaparkan mengenai pengelolaan akun media sosial Instagram humas pemerintahan oleh beberapa instansi Biro Administrasi Pimpinan. Dari jumlah *followers*, akun Instagram @biroadpimntb unggul dengan 52.355 *followers*, selanjutnya dengan akun Instagram @humasprovjatim dengan

48.300 *followers*, kemudian akun Instagram @humas.sumbar dengan 39.369 *followers*, lalu akun Instagram @humasaceh dengan 36.000 *followers*, terakhir akun Instagram @biroadpimjabar dengan 12.800 *followers*. Dari segi *followers*, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur unggul dibandingkan akun Instagram Pemerintah Provinsi Sumatera Barat.

Berdasarkan total *engagement rate*, Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam akun @biroadpimjabar unggul dengan 0.59%, disusul oleh akun Instagram @humasprovjatim dengan 0,57%, selanjutnya dengan akun Instagram @humas.sumbar dengan 0.32%, kemudian dengan akun Instagram @humasaceh dengan 0,17%. Terakhir, akun Instagram @biroadpimntb dengan 0,16%. Dari segi *engagement rate*, Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Jawa Barat unggul dibandingkan dengan akun Instagram Biro Administrasi Pimpinan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Biro Administrasi Pimpinan Sumatera Barat masih kurang optimal dalam pengelolaan akun Instagram @humas.sumbar.



Gambar 2. Data Platform Media Sosial yang banyak digunakan

Menurut data dari We Are Social pada bulan Januari tahun 2024, Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan setelah WhatsApp, dengan jumlah pengguna Instagram sebanyak 85,3%. Data berikut menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform yang sangat diminati oleh berbagai kalangan. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, Instagram menjadi platform pilihan dari Biro Administrasi Pimpinan untuk mendukung kegiatan humas.

Penyampaian informasi di media sosial Instagram saat ini merupakan salah satu pemanfaatan fungsi manajemen humas pemerintahan. Humas pemerintah atau *government public relations* merupakan fungsi manajemen yang membantu organisasi mengembangkan tujuan organisasi dan membantu organisasi beradaptasi dengan konstituen dan lingkungannya (Dan Lattimore, dkk dalam Suprawoto, 2018). Oleh karena itu, humas pemerintah merupakan mata dan telinga suatu organisasi yang dapat menghubungkan interaksi antara masyarakat dan pemerintah. Berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang kode etik Hubungan Masyarakat Pemerintahan, humas pemerintahan adalah aktivitas lembaga atau individu yang

melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik pemangku kepentingan stakeholder dan sebaliknya (Suprawoto, 2018:49).

Dalam menjalankan fungsi manajemen tentunya humas pemerintah juga memerlukan strategi. Menurut Ahmad S. Adnanputra (Dalam Ruslan, 2006: 134) menyatakan bahwa strategi humas merupakan kegiatan yang digunakan dalam perencanaan untuk mencapai suatu tujuan organisasi/ lembaga. Untuk itu dalam proses penyampaian informasi pada media sosial pemerintah memerlukan perencanaan. Menurut Regina Luttrell terdapat sebuah model untuk melakukan perencanaan komunikasi di media sosial yaitu The Circular Model of SoMe, terdapat empat aspek tahapan-tahapan yang terdiri dari *Share* (berbagi), *Optimize* (Optimalisasi), *Manage* (Mengelola) dan *Engage* (Melibatkan).

Sebagai referensi sebelumnya, peneliti telah menemukan beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan penjelasan untuk mendukung penelitian ini. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aldi & Anggraini, 2021), mengenai Analisis Penggunaan PR Tools pada Instansi Pemerintahan dalam Membantu Kegiatan Kehumasan pada Biro Humas Pemprov Sumbar. Dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan kehumasan Biro Humas Pemprov Sumbar sudah melakukan aktivitas *Cyber Public Relations* dalam penyebaran informasi kepada publiknya yaitu dengan menggunakan Teori Khas PR, Information Subsidies: Memilih Informasi untuk Publik, Excellence Theory sebagai standar kualitas proses *Public Relations* dan *Cyber Public Relations* sebagai sebuah konsep terbaru dari ranah *Public Relations*. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh (Aldi & Anggraini, 2021) dengan peneliti adalah perbedaan dari segi objek kajian. Objek kajian pada penelitian tersebut yaitu Penggunaan PR Tools pada Instansi Pemerintahan dalam membantu aktivitas kehumasan, sedangkan kajian objek peneliti fokus pada strategi humas pemerintahan dalam pengelolaan akun media sosial Instagram.

Peneliti memilih objek penelitian pada Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat karena objek tersebut bertugas dalam penyebaran informasi mengenai kegiatan pimpinan pemerintah provinsi. Riset peneliti memiliki kebaruan dengan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian sebelumnya memaparkan secara garis besar penggunaan PR Tools pada instansi pemerintahan dan strategi komunikasi yang digunakan dalam pengelolaan media sosial Instagram, sedangkan peneliti ini berfokus mengenai strategi humas pemerintah dalam melakukan perencanaannya menggunakan media sosial Instagram.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Sumatera Barat dalam mengelola akun media sosial Instagram @humas.sumbar.

METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian mengacu pada kerangka konseptual atau perspektif filosofis yang mendasari pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti. Menurut Harmon (dalam Moleong, 2014) mendefinisikan paradigma yaitu suatu cara dasar dalam mempersepsi, berpikir, mengevaluasi, yang bertindak dengan hal-hal tertentu yang berkaitan dengan suatu visi realitas. Selanjutnya menurut Baker dalam Moleong (2014) memaparkan bahwa "*the business of discovering the future*" adalah seperangkat aturan tertulis atau tidak tertulis yang melakukan dua hal: (1)

menetapkan atau mendefinisikan batasan, dan (2) memberitahu cara melakukan sesuatu dalam batasan tersebut agar berhasil.

Paradigma yang peneliti gunakan pada penelitian adalah paradigma *post positivisme*. *Post Positivisme* merupakan suatu pendekatan atau cara pandang penelitian yang berkembang terhadap positivisme dengan mengakui kompleksitas dan subjektivitas dalam proses penelitian, paradigma ini berupaya untuk memahami realitas dengan mempertimbangkan berbagai perspektif, nilai, dan konteks sosial yang dapat mempengaruhi suatu penelitian. Alasan peneliti menggunakan paradigma *post-positivisme* karena peneliti ingin meninjau dan memahami makna terkait fenomena yang terjadi sesuai dengan objek penelitian yang memiliki fokus kepada strategi Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat dalam pengelolaan media sosial instagram @humas.sumbar dengan hasil penelitian sesuai dengan fakta yang terjadi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, penelitian kualitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang menggunakan teks naratif untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau lingkungan sosial. Ini berarti pengumpulan data yang meliputi fakta-fakta yang dihimpun berupa kata-kata yang menggambarkan apa, mengapa, bagaimana dalam suatu peristiwa yang terjadi (Satori & Komariah, 2010). Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan masalah-masalah berupa fakta-fakta yang menggambarkan situasi dan strategi yang dilakukan oleh biro administrasi pimpinan dalam mengelola akun media sosial Instagram @humas.sumbar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada sub-bab ini, peneliti akan memaparkan hasil pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara para informan dari Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera barat sebagai informan kunci dan informan pendukung dari mahasiswa magang biro administrasi pimpinan dan followers Instagram @humas.sumbar. Berikut merupakan hasil penelitian yang diperoleh.

Strategi humas oleh Biro Administrasi Pimpinan sebagai humas Pemerintahan dalam mengelola media sosial instagram @humas.sumbar

Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera barat dalam pengelolaan akun Instagram melibatkan media sosial dengan cara merangkul media sosial yang ada di Sumatera Barat dan melakukan kolaborasi dalam menjembatani informasi kepada masyarakat dengan melakukan kolaborasi Biro Administrasi Pimpinan bisa meningkatkan *engagement* dan kolaborasi ini dilakukan untuk menunjang ketertarikan masyarakat terhadap Instagram Humas Pemerintahan.

Implementasi Strategi Biro Administrasi Pimpinan dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas.sumbar

Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat melakukan strategi untuk menunjang pengelolaan Instagram Pemerintah. Hasil Penelitian ini merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Regina Luttrell untuk melakukan perencanaan komunikasi di media sosial yaitu The Circular Model of SoMe, terdapat empat aspek tahapan-tahapan yang terdiri dari *Share* (berbagi), *Optimize* (Optimalisasi), *Manage* (Mengelola) dan *Engage* (Melibatkan).

1. *Share* (membagikan)

Tahapan pertama dalam pengelolaan media sosial yaitu *share*, terdapat tiga tahapan penting, dimana latar belakang Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat untuk menyebarluaskan kegiatan pimpinan pemerintah provinsi. Berikut hasil temuannya:

“Biro Administrasi Pimpinan tidak hanya menggunakan media sosial, ada media cetak, ada media elektronik, media online terakhir ada media sosial. Hal itu kita gunakan semuanya untuk penyampaian informasi pemerintah kepada masyarakat, baik itu programnya, capaian kinerja, prestasinya”. (Wawancara Bapak Arie Reza Putra Selaku informan kunci 2, 28 Maret 2024).

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa latar belakang Biro Administrasi Pimpinan sebagai upaya dalam menjembatani informasi kepada masyarakat. Hal tersebut digunakan untuk penyampaian informasi pemerintah, kegiatan pimpinan, program, capaian kinerja dan prestasinya kepada masyarakat. Selanjutnya Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat pada Instagram @humas.sumbar memiliki peran penting dalam menjembatani informasi kepada masyarakat, Berikut hasil temuannya:

“Jadi Instagram itu, dari yang kita lihat, berdasarkan data penduduk di Sumatera Barat banyak Gen Z, karena salah satu historynya sumbar ini terpelajar. Artinya pengguna media sosial Inatagram sumbar itu akan lebih besar jumlahnya pada Gen Z. Gen Z ini yang kita upayakan mereka untuk mendapatkan informasi dari kegiatan pimpinan pemprov. (Wawancara dengan Budi Sanjaya selaku informan kunci 1, 28 Maret 2024).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Latar belakang Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat memilih Instagram dalam penyebaran informasinya karena Sumatera Barat didominasi Gen Z. Hal ini didasari oleh *history* sumbar yaitu banyaknya pelajar dan sekolah-sekolah yang artinya pengguna media sosial sumbar itu akan lebih besar jumlahnya. Hal tersebut juga didukung dengan fitur-fitur Instagram yang bervariasi dan memudahkan penyajian informasi yang menarik.

Pada tahap ketiga dalam membangun kepercayaan publik, sebagai sebuah platform media sosial yang digunakan untuk menyebarluaskan kegiatan pimpinan pemprov, Instagram @humas.sumbar memiliki peran penting dalam menjembatani informasi kepada masyarakat. Proses penyebaran informasi beberapa tahapan yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat dalam produksi konten pada akun Instagram @humas.sumbar. Langkah awal yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat yaitu menganalisa terlebih dahulu informasi yang akan dibagikan kepada masyarakat agar informasi yang diterima masyarakat itu valid. Berikut hasil temuannya:

“Iya, kita sebelum menggunakan media sosial menganalisa dulu informasi apa yang kita sampaikan kepada masyarakat. kita lihat informasi apa yang sedang dibutuhkan masyarakat, apa yang sedang beredar dan belum ada jawabannya nanti kita coba cari solusinya dan jawabannya. Selanjutnya mencoba analisa persoalannya, kemudian OPD yang bisa *menghandle* persoalan ini, menjawab pertanyaannya yang beredar di masyarakat dan belum ada jawabannya setelah

kita analisa baru terjun kelapangan. (Wawancara dengan Bapak Arie Reza Putra selaku informan kunci 2, 28 Maret 2024).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa untuk membagikan informasi pada Instagram @humas.sumbar. Biro Administrasi Pimpinan melakukan analisa terhadap informasi yang akan dibagikan melalui Instagram @humas.sumbar. Selanjutnya agar informasi dapat tersampaikan Biro Administrasi Pimpinan juga melakukan koordinasi terlebih dahulu kepada OPD setempat untuk mengkonfirmasi kebenaran terkait informasi yang akan dibagikan. Hal ini juga didukung oleh informan pendukung 1 sebagai mahasiswa magang pada Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat. Berikut hasil temuannya:

“Menurut saya iya dan menjadi sebuah keharusan untuk relate dengan fenomena saat ini, melihat dari beberapa konten dan postingan humas sumbar memang kebanyakan informasi seputar kegiatan pemerintah Provinsi Sumatera Barat yang disajikan secara *real time*”. (Wawancara dengan informan pendukung 1, Dellia Asdinisa, 2 April 2024).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa untuk informasi yang dibagikan pada Instagram @humas.sumbar yang relate dengan fenomena saat ini dan konten yang dibagikan mengenai informasi seputar kegiatan pemerintah Provinsi Sumatera Barat yang disajikan secara *real time*. Dibuktikan dengan temuan hasil wawancara dengan informan pendukung:

“Iya, mudah. Pesannya tersampaikan, di konten-kontennya juga ada subtitle, di caption juga dijelaskan “kegiatan apa ada lokasi sama tanggal juga”, jadi sebagai audience mudah mengerti dan pesannya dapat tersampaikan”. (Wawancara dengan Denisa Alzahra sebagai informan pendukung, 30 Maret 2024).

Pernyataan yang dipaparkan oleh informan pendukung mengakui bahwa informasi yang dibagikan oleh Instagram @humas.sumbar dapat tersampaikan dengan baik, karena konten @humas.sumbar dikemas dengan menggunakan *subtitle* dan *caption* yang mudah dipahami oleh *audience*.

2. Optimize (Pengoptimalan)

Tahapan kedua dalam pengelolaan media sosial menurut Regina Luttrell adalah *optimize* atau pengoptimalan. Tahapan ini merupakan pengoptimalan setiap interaksi media sosial. Biro Administrasi Pimpinan melakukan perencanaan strategi melalui instagram @humas.sumbar dilakukan dengan proses pengumpulan informasi dan analisis fenomena, kemudian melakukan perencanaan mengenai program yang akan dipublikasikan melalui media sosial instagram @humas.sumbar. Berikut merupakan penerapan perencanaan yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan yaitu:

“Apa yang kita bikin itu berdasarkan aturannya karena takutnya jika tidak berdasarkan data nanti akan jadi persoalan atau bisa jadi berita *hoax*”. (Wawancara dengan Bapak Budi Sanjaya selaku informan kunci 1, 28 Maret 2024).

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa media sosial pemerintahan Provinsi Sumatera Barat, dalam perencanaan sebuah konten Biro Administrasi Pimpinan harus sesuai dengan aturan dan kebijakan yang berlaku. Hal ini untuk menjaga

kredibilitas pemerintah dalam penyampaian informasi kepada publik, agar informasi tersebut tidak menjadi berita *hoax*.

Dalam tahap pengoptimalan, Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera barat melakukan perencanaan rutin yaitu membuat template. Hal ini dilakukan dalam rentang 1 bulan, Selain itu Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera barat juga melakukan pengoptimalan Produksi Konten, berikut hasil temuannya:

“Proses produksi konten yaitu ada pola acak-acak, yang langsung kita publish, jadi ketika tim turun kelapangan bersama Gubernur dan Wakil gubernur, saat Gubernur dan Wakil gubernur melakukan sesuatu dan menurut itu bagus untuk *perform* mereka kemudian terkait dengan program-program unggulan beliau, kita langsung posting di media sosial”. (Wawancara dengan Bapak Budi Sanjaya selaku Informan Kunci 1, 28 Maret 2024).

Selanjutnya informan dua menekankan bahwa, perencanaan sebuah konten juga ada yang tidak ter skema melainkan konten tersebut dapat dipublikasikan berdasarkan kegiatan *real time* yang dilakukan pimpinan. Selanjutnya Biro juga melakukan jadwal postingan. Berikut hasil temuannya:

“Jadwal Timeline Plan Per-satu bulan postingannya, kita melihat free time yang bagus untuk media sosial dan itu beda-beda. Kalau Instagram @humas.sumbar kita pukul 19.00 – 21.00 malam, buat kita secara informasi. kemudian kalau pagi biasanya di hari weekend pukul 09.00 – 10.00 pagi. Kemudian kita juga batasi informasi yang muncul itu berapa dalam satu hari. Jadi kita batasi sampai tiga dalam perhari. (Wawancara dengan Bapak Arie Reza selaku informan kunci 2, 28 Maret 2024)

Pada tahapan pengoptimalan ini tenaga ahli yaitu mahasiswa magang dalam kegiatan juga melakukan beberapa tahapan dalam pembuatan konten, berikut hasil temuannya:

“Strategi ketika saya menjadi tenaga ahli dalam kegiatan magang, saya memilih kombinasi pendekatan terstruktur dan fleksibilitas dalam pembuatan konten, di awal akan dilakukan brainstorming mengenai tujuan, sasaran, dan jadwal konten, serta mempersiapkan *brief* untuk persiapan pada eksekusi, saat pelaksanaan *take* kami melakukan beberapa improvisasi yang juga diperlukan, seperti menyesuaikan lokasi dengan memperhatikan cahaya dan cuaca, juga memaksimalkan penggunaan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi, seperti *question box* untuk diisi pengikut agar lebih interaktif, penggunaan *caption* yang interaktif, dan fitur kolaborasi antar akun”. (Wawancara dengan Informan Pendukung 1 Dellia Asdinisa, 2 April 2024).

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa pengoptimalan juga dilakukan tenaga ahli yaitu mahasiswa magang, dengan memaksimalkan penggunaan fitur-fitur yang disediakan pada Instagram. Selanjutnya Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi melakukan selanjutnya pengoptimalan dalam mempublikasikan sebuah konten pada Instagram @humas.sumbar. Berikut hasil temuan:

“Iya biasanya karena platformnya media sosial jadi postingannya harus berwarna/*fun* contohnya vlog yang tidak serius masih ada bercandanya, walaupun kita ASN dilingkungan Pemerintah. ASN harus bisa menyesuaikan

informasi kepada masyarakat bukan yang formal terus, melainkan yang sesuai pada masyarakat, dengan konten yang santai dan guyon, tapi esensinya ada, apalagi kalau yang disampaikan tentang Pemerintah. Kalau monoton orang malas lihat, kemudian postingan berupa dalam format reels, story, postingan". (Wawancara dengan Bapak Arie Reza Putra selaku informan kunci 2, 28 Maret 2024).

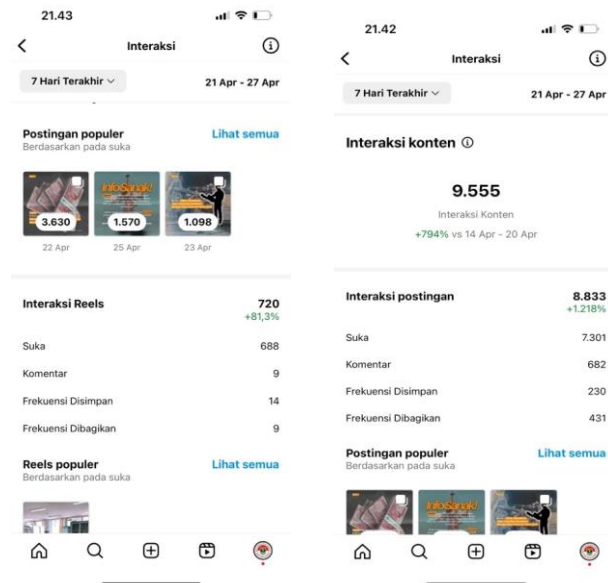
Pengoptimalan dalam konten instagram @humas.sumbar yang dilakukan Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat yaitu membuat postingan yang berwarna/*fun*. Hal ini memberikan dampak agar masyarakat dapat menerima informasi pemerintah yang tidak monoton. Namun menurut pandangan peneliti pendukung masih belum optimal. Berikut hasil temuannya:

"Ya saya sebagai Gen Z maunya Instagram @humas.sumbar bisa mengikuti perkembangan, seperti susunan feedsnya lebih rapi dan terstruktur. Serta terdapat segmen yang udah di-plan terus direalisasiin, saya melihat Instagram humas Pemerintah lain ada yang lebih menarik gitu dibanding humas sumbar. Terus juga berharap Instagram tidak semua tentang kegiatan Pemprovnya, melainkan adanya informasi mengenai sumbar mungkin atau tugas & fungsi masing-masing pejabat gitu, menurut saya supaya terjangkau Gen Z dengan membuat konten sesuai trend sekarang". (Wawancara dengan Informan Pendukung Denisa Alzahra, selaku informan pendukung 2, 30 Maret 2024).

Pengemasan konten pada Instagram @humas.sumbar belum optimal hal ini dibuktikan oleh susunan *feeds* Instagram yang belum rapi dan belum adanya segmen-segmen yang direalisasikan.

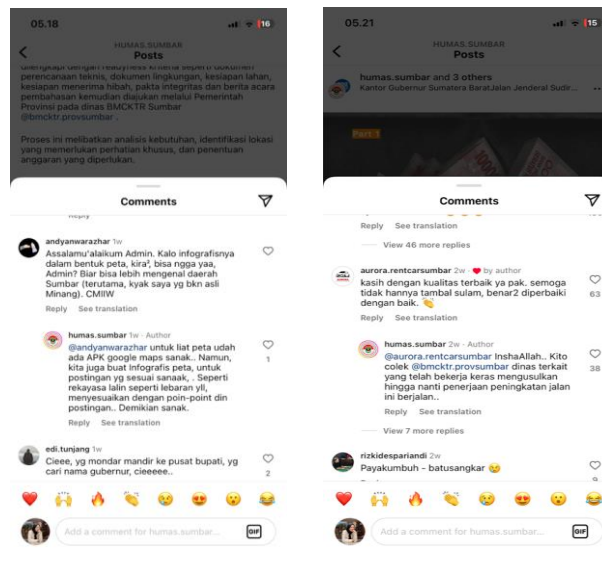
3. Manage (Mengelola)

Tahap ketiga dalam pengelolaan media sosial yaitu *manage* (mengelola). Tahap ini memiliki 3 tahap penting yaitu melakukan media *monitoring*, yang kedua mengelola *feedback* dari audiencenya dan ketiga evaluasi dalam publikasi konten. Pada poin pertama Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat Berikut melakukan media monitoring setelah mempublikasikan konten hasil temuannya adalah Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat memiliki proses pemantauan (*monitoring*) terhadap konten yang diposting. Biro Administrasi Pimpinan Setda melakukan pengecekan setiap hari setelah posting untuk melihat *engagement* serta melihat respon masyarakat. Namun monitoring yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat masih manual dengan mengecek setiap komentar. Hal ini perlu diperhatikan kembali oleh Biro Administrasi Pimpinan untuk menggunakan *tools* agar menunjang kegiatan komunikasi yang dilakukan melalui media sosial instagram dalam penyebaran informasi.



Gambar 2. Engagement Instagram @humas.sumbar
 Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Selanjutnya bagaimana Biro Administrasi pimpinan Setda mengelola *feedback* yang diberikan oleh *audience* melalui interaksi secara langsung Berikut hasil temuannya adalah Tim Biro Administrasi pimpinan juga memeriksa komentar dan memberikan respon cepat atas pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan postingan @humas.sumbar, selanjutnya jika komentar dari masyarakat tidak bisa terjawab maka Biro Administrasi Pimpinan juga langsung berkomunikasi dengan para OPD untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat.



Gambar 1. Komentar Instagram @humas.sumbar
 Sumber: Data Olahan Peneliti, April 2024

Pada tahapan selanjutnya adalah evaluasi, Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat melakukan evaluasi pengelolaan media sosialnya

setelah melakukan publikasi konten pada Instagram @humas.sumbar untuk melihat *engagementnya*, berikut hasil temuannya:

“Misalnya sesudah kita posting itu nanti kita akan pantau untuk melihat engagement, melihat respon masyarakat seperti komenan followers pada postingan, kita tidak bisa nunggu sampai besoknya maka setelah kita posting, langsung melakukan evaluasi atau monitoring tentang apa yang kita posting, gimana respon dari masyarakat, dan apa yang perlu kita tambahkan. Selanjutnya evaluasi langsung eksekusi”. (Wawancara Bapak Arie Reza Putra Selaku Informan Kunci 2, 28 Maret 2024).

Berdasarkan hasil wawancara di atas Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi dalam melakukan evaluasi setelah konten diunggah, dilakukan untuk meminimalisir kekurangan atau kesalahan yang ada pada konten serta memberikan *feedback* bagi masyarakat yang berinteraksi pada unggahan tersebut. Selanjutnya Biro Administrasi Pimpinan juga melakukan evaluasi dengan berdiskusi dengan OPD (Organisasi Perangkat Daerah)

“...Evaluasi juga berkomunikasi dengan para OPD, kita lihat informasi apa yang sedang dibutuhkan masyarakat, apa yang sedang beredar dan belum ada jawabannya nanti kita coba cari solusinya dan jawabannya. Mulai dari sana kita coba analisa persoalannya apa, kemudian OPD apa yang bisa *menghandle* persoalan ini, walaupun pertanyaan sedikit susah kita tetap konfirmasi kepada OPD nya”. (Wawancara Informan Bapak Budi Sanjaya Informan Kunci 1, 28 Maret 2024).

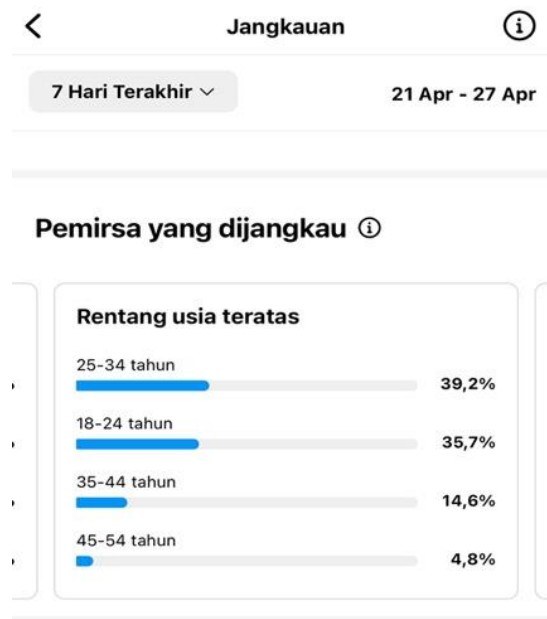
Pernyataan di atas menjelaskan bahwa Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat melakukan evaluasi dengan melakukan koordinasi kepada OPD (Organisasi Perangkat Daerah) terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat. Namun dalam pengelolaan media sosial Instagram @humas.sumbar terdapat kendala, berikut hasil temuannya:

“...Ada, disaat sekarang ini kecepatan media sosial beda dengan media-media lainnya, itu sepersekian detik, jadi salah satu terkendalanya pada jumlah sumber daya manusia, kita belum banyak yang untuk *menghandle* Instagram, belum bisa fokus untuk media sosial, baik monitoring, evaluasinya. Kemudian konten yang belum terkini yang sesuai dengan trend saat ini. (Wawancara Informan Bapak Arie Reza Putra Informan kunci 2, 28 Maret 2024).

Berdasarkan pernyataan di atas menjelaskan bahwa dalam pengelolaan akun media sosial Instagram @humas.sumbar terdapat kendala pada sumber daya alam dalam *menghandle* Instagram.

4. Engage (Melibatkan)

Tahap terakhir dalam pengelolaan media sosial yaitu *engage* (melibatkan) di Instagram @humas.sumbar, juga memiliki beberapa aspek penting yang harus diperhatikan. Salah satunya yaitu bagaimana cara untuk mengetahui target audiens. Hasil temuannya adalah target *audience* Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat yaitu Gen Z karena Sumatera Barat didominasi Gen Z. Hal tersebut berpengaruh karena banyak Generasi Z yang menggunakan Platform Instagram yang didukung dengan fitur-fitur Instagram yang bervariasi dan memudahkan penyajian informasi yang menarik.



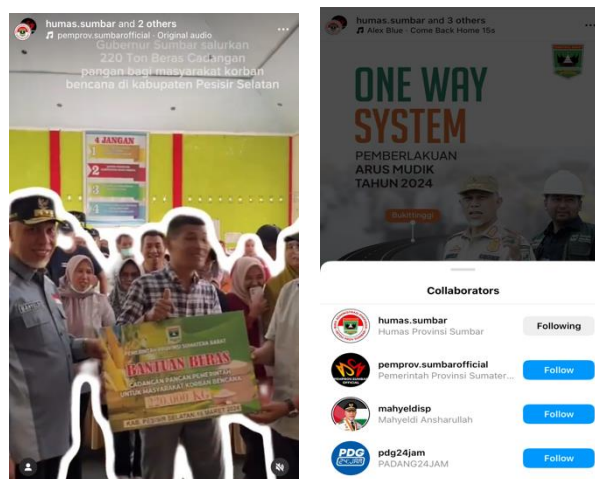
Gambar 4. Data Engagement @humas.sumbar berdasarkan usia
 Sumber: Data Olahan Peneliti, April 2024

Selanjutnya point yang harus diperhatikan oleh Biro Administrasi Pimpinan mengikutsertakan, adalah bagaimana Biro Administrasi Pimpinan Setda membangun interaksi atau meraih reach pada audiencenya, Berikut hasil temuannya:

Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat membangun interaksi antara *audience* yaitu dengan cara mengadakan lomba-lomba seperti pembuatan logo dan fotografi. Hal ini meraih *audience* untuk melibatkan mereka dalam kegiatan Biro Administrasi Pimpinan. Upaya yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat adalah mengadakan *quiz*. Selanjutnya Biro Administrasi Pimpinan juga melakukan kolaborasi dengan beberapa akun media sosial Instagram, berikut hasil temuannya adalah Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat melakukan *collaboration*, dengan tujuan untuk menaikan engagement dan memberikan dampak image yang bagus. Hal ini juga didukung oleh Informan 1 selaku tenaga ahli magang pada Biro Administrasi Pimpinan, berikut hasil temuannya:

“...konten yang meraih engagement tertinggi juga dipengaruhi oleh adanya *collaboration post* dengan akun media tentang sumbar lainnya. (Wawancara dengan Dellia Asdinisa selaku informan pendukung 1, 2 April 2024)

Berdasarkan hasil jawaban wawancara dengan informan pendukung 1 selaku tenaga ahli magang Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat, konten yang meraih engagement tertinggi juga di pengaruhi oleh adanya *collaboration post* dengan akun media tentang Sumatera Barat.



Gambar 2. Collaboration Akun Instagram @humas.sumbar
Sumber: Data Olahan Peneliti, April 2024

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ditulis, maka kesimpulan dalam penelitian Strategi Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat melakukan beberapa strategi yaitu, membuat konten yang menarik, adanya jadwal postingan, serta melakukan interaksi antara masyarakat. Selanjutnya Biro Administrasi Pimpinan memanfaatkan kolaborasi dengan OPD setempat untuk menunjang dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Selanjutnya merangkul media sosial yang ada di Sumatera Barat dan melakukan kolaborasi dalam menjembatani informasi kepada masyarakat. Dengan melakukan kolaborasi Biro Administrasi Pimpinan bisa meningkatkan engagement dan kolaborasi ini dilakukan untuk menunjang ketertarikan masyarakat terhadap Instagram Humas Pemerintahan.

Strategi Biro Administrasi Pimpinan setda Provinsi Sumatera Barat dalam mengelola akun instagram @humas.sumbar berdasarkan analisa yang telah dilakukan peneliti dengan menggunakan teori Regina Luttrell, yakni pada tahap *Share* Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat membagikan informasi kegiatan Pimpinan melalui akun media sosial Instagram @humas.sumbar, selanjutnya melakukan analisa terlebih dahulu terhadap informasi yang akan dibagikan kepada masyarakat agar informasi yang diterima masyarakat itu valid. Tahap *Optimize* Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat mengoptimalkan dalam perencanaan konten seperti Jadwal konten dan Pengoptimalan dalam pembuatan konten instagram @humas.sumbar yang dilakukan Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat yaitu membuat postingan yang berwarna/fun, hal ini memberikan dampak agar masyarakat dapat menerima informasi pemerintah yang tidak monoton, namun yang dilakukan Biro Administrasi Pimpinan belum efektif karena dibuktikan oleh susunan feeds Instagram yang belum rapi dan belum adanya segmen-segmen yang direalisasikan.

Hal ini juga dipengaruhi oleh kurangnya sumber daya dalam pembuatan konten Biro Administrasi Pimpinan yang berdampak pada gaya penyampaian informasinya misalnya gaya editing perlu ada pembaruan, dan isi konten belum bervariasi. Tahap *Manage*, melakukan *monitoring* terhadap konten yang diposting

dan melakukan pengecekan *engagement* serta melihat respon dari masyarakat namun belum maksimal karena Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat masih melakukan monitoring dengan menggunakan cara manual dan belum menggunakan *tools*. Selanjutnya Biro Administrasi juga memeriksa komentar dan memberikan respon cepat atas pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan postingan @humas.sumbar dan Melakukan Evaluasi setelah konten diunggah, dilakukan untuk meminimalisir kekurangan atau kesalahan yang ada pada konten, serta evaluasi yang dilakukan, melakukan Koordinasi dengan OPD (Organisasi Perangkat Daerah). Namun hal tersebut belum sepenuhnya terlaksana oleh Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Sumatera Barat karena kecepatan media sosial yang sangat cepat membuat terkendala dalam memberikan respon yang cepat disebabkan oleh kekurangan sumber daya manusia untuk *handle* Instagram, baik dari segi monitoring dan evaluasi.

Tahap *Engage* Biro Administrasi Pimpinan menargetkan *audience* kepada Gen z dan Biro Administrasi Pimpinan meraih *audience* dengan mengadakan lomba foto serta melakukan Game atau *Quiz* pada Instagram @humas.sumbar. Peneliti menemukan bahwa Biro Administrasi Pimpinan belum optimal dan konsistensi dalam pembuatan kompetisi dan *quiz*. Terakhir Biro Administrasi Pimpinan melakukan kolaborasi dengan beberapa akun media sosial Instagram. Dapat disimpulkan bahwa Biro Administrasi sudah melakukan strategi dalam pengelolaan media sosial Instagram @humas.sumbar yang sesuai dengan teori The Circular Model Of SoMe, namun masih terdapat kendala dikarenakan kurangnya sumber daya manusia untuk *handle* Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Membentuk Citra Perusahaan Melalui Media Sosial Instagram. E-Proceeding of Management, 9(4), 2647.
- Aldi, M. F., & Anggraini, C. (2021). Analisis Penggunaan Pr Tools Pada Instansi Pemerintahan Dalam Membantu Kegiatan Kehumasan Analysis of the Pr Tools Application in Government To Help. E-Proceeding of Management, 8(4), 4188-4194.
- Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, I. Y. (2023). The importance of creating a personal image in media channels for public relations of government officials in CIS Thesis. Journal of Engineering Research.
- Fahri, M. R. (2023). Konten reels instagram biro administrasi pimpinan sekretariat daerah pemerintahan provinsi sumatera barat dalam memberikan informasi yang menarik kepada publik. 2(2), 107-118.
- Glen M. Broom, dkk. (2013). Cutlip & Center's Effective Public Relations -11/E (2013 Boston Pearson Education (ed.)).
- Ismail, M. A. (2023). Analisis Strategi Humas Bank DKI Dalam Mengelola Sosial Media Instagram @bank.dki. NBER Working Papers. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Luttrell, R. (2022). Social Media How To Engage, Share, and Connect (Fourth).
- Masrifah Cahyani, A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media

- Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(1), 1-16.
<https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92-101.
<https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Moleong, J. L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif (REVISI)*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Myoung-Gi Chon, S. K. (2022). *Dealing with the COVID-19 crisis: Theoretical application of social media analytics in government crisis management*. Elsevier.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nova, F. (2014). *PRWAR: Pertarungan Mengalahkan Krisis, Menaklukkan Media, Dan Memenangkan Simpati Publik*. Grasindo.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286.
<https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Oktaviani, A. (2023). *Strategi Komunikasi Humas PEMKO Pekanbaru Dalam mengelola Media Sosial Instagram @dokpimpekanbaru Sebagai Media Informasi*.
- Pimpinan, B. R., Pembangunan, R., Menengah, J., Jangka, P., Daerah, P., Pembangunan, R., & Menengah, J. (2022). *RENSTRA BIR O ADMINISTRASI PIMPINAN*. 3, 1-58.
- Qomar Mujamil. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Intelgensia Media (Intrans Publishing Group).
- Renstra Biro Administrasi Pimpinan. (2022). *Renstra Biro Administrasi Pimpinan*.
- Romadhoni, A., Hafiar, H., & Komariah, K. (2017). Pengelolaan instagram @humas_jabar oleh bagian humas pemerintah provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Riau*, 8(2), 101-116.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikaai*.
- Satori, & Komariah. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Bussines to Build, Cultivate, and Measure Succes in The New Web*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (Y. S. Suryandari (ed.)). Alfabeta,CV.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations (pertama)*. Prenadamedia Group.
- Wukich, C. (2022). *Social Media Engagement forms in Government: A Structure Content Framework*. Science Direct, 39(2).

- Yuan, Y. P., Dwivedi, Y. K., Tan, G. W. H., Cham, T. H., Ooi, K. B., Aw, E. C. X., & Currie, W. (2023). Government Digital Transformation: Understanding the Role of Government Social Media. *Government Information Quarterly*, 40(1), 101775. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101775>
- Yudarwati, G. A. (2020). Improving government communication and empowering rural communities: Combining Public relations and development communication approaches. *Sciencedirect*, 48(3).
- Yulia, M. A. (2023). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung Dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas_bandung.