

**Peran Manajemen *Public Relations* Internal dalam Meningkatkan Kapabilitas Para Komunikator Perubahan**

**Serepina Tiur Maida<sup>1</sup>, Iswahyu Pranawukir<sup>2</sup>, Titiek Surya Ningsih<sup>3</sup>, Silvina Mayasari<sup>4</sup>, Yanti Setianti<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Mpu Tantular

Jl. Cipinang Besar No.2, RT.5/RW.1, Cipinang Besar Utara, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13410

<sup>2</sup>Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

Jl. Moch. Kahfi II No.33, RT.1/RW.5, Srengseng Sawah, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13550

<sup>3</sup>Universitas Tama Jagakarsa

Jl. TB Simatupang No.152 10, RT.10/RW.4, Tj. Bar., Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12530

<sup>4</sup>Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

<sup>5</sup>Universitas Padjadjaran

Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363

\*Email Korespondensi: serefinahutabarat@gmail.com

**Abstract** - This study aims to examine the role of internal Public Relations (PR) management in enhancing the capabilities of change communicators, using a case study of the Communication and Information Division at the Central Executive Board (DPP) of Partai Golongan Karya Jakarta. In the context of dynamic political shifts, the role of change communicators is crucial in shaping public perceptions, building the party's image, and delivering strategic messages to diverse audiences. This research focuses on how internal PR management within a political party organization contributes to the development of communicators' capabilities, particularly in managing political messages, addressing issues, and implementing adaptive communication strategies. Data were collected through in-depth interviews and document analysis using a qualitative approach and case study method. The findings reveal that training, capacity development, and the provision of space for creativity and innovation play a significant role in enhancing the effectiveness of change communicators. This is evident in their success in managing media strategies, handling crises, and fostering stakeholder relationships. The study concludes that internal PR management focused on strengthening communication capabilities can produce competent communicators who support the party's success.

**Keywords:** *Internal Public Relations Management; DPP Partai Golkar; Change Communicators.*

**Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran manajemen Public Relations (PR) internal dalam meningkatkan kapabilitas para komunikator perubahan, dengan studi kasus pada Lembaga Komunikasi dan Informasi Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Golongan Karya Jakarta. Dalam konteks perubahan politik yang dinamis, peran komunikator perubahan menjadi sangat penting untuk memengaruhi persepsi publik, membangun citra partai, serta menyampaikan pesan strategis kepada khalayak yang beragam. Penelitian ini berfokus pada bagaimana manajemen PR internal di lembaga

partai politik dapat berkontribusi dalam pengembangan kapabilitas komunikator, khususnya dalam pengelolaan pesan politik, penanganan isu, dan penerapan strategi komunikasi yang adaptif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, data diperoleh melalui wawancara mendalam dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan, pengembangan kapasitas, serta pemberian ruang untuk kreativitas dan inovasi memainkan peran signifikan dalam meningkatkan efektivitas komunikator perubahan. Hal ini tercermin dari keberhasilan mereka dalam mengelola strategi media, menghadapi krisis dan membangun hubungan dengan pemangku kepentingan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen PR internal yang berfokus pada penguatan kapabilitas komunikasi mampu menciptakan komunikator-komunikator kompeten, yang mampu mendukung keberhasilan partai.

**Kata Kunci:** Manajemen *Public Relations* Internal; DPP Partai Golkar; Komunikator Perubahan.

---

## PENDAHULUAN

Komunikator perubahan di dalam organisasi politik, memiliki peran sangat vital untuk mengelola persepsi publik, membangun citra organisasi, serta menyampaikan pesan-pesan strategis kepada khalayak yang semakin beragam dan terkadang terfragmentasi. Kecepatan informasi yang beredar serta karakteristik interaktif dari media baru mengharuskan partai politik dan organisasi komunikasi politik lainnya untuk berpikir lebih adaptif, strategis dan inovatif dalam merancang pesan-pesan yang dapat mempengaruhi khalayak dengan efektif (Helmi & Aslami, 2023).

Salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi efektivitas komunikator perubahan adalah kualitas manajemen *public relations* internal yang ada dalam organisasi tersebut. Dalam era disrupsi ini, kemampuan untuk mengelola komunikator yang berkompeten dalam menghadapi tantangan komunikasi di ruang digital menjadi sangat penting (Rusmiati et al., 2024). Pelatihan dan pengembangan komunikator yang berfokus pada peningkatan kemampuan digital dan komunikasi adaptif menjadi kunci utama dalam menciptakan komunikasi politik yang tidak hanya efektif, tetapi juga relevan dan *resilient* terhadap perubahan yang terjadi dalam dunia media digital (Astrama et al., 2024) (Indrawan et al., 2020).

Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Golongan Karya Jakarta, sebagai

salah satu partai politik terbesar di Indonesia, menghadapi tantangan besar dalam menghadapi perubahan sosial, politik dan teknologi, terutama dalam konteks komunikasi perubahan. Dalam menghadapi tantangan ini, kualitas komunikator perubahan, terutama para staf PR sangat penting. Sebagai ujung tombak dalam menyampaikan pesan-pesan politik, para komunikator perubahan memerlukan keterampilan dan kapabilitas yang mumpuni, baik dalam hal pengelolaan pesan politik, penanganan isu serta penerapan strategi komunikasi yang adaptif terhadap perubahan zaman.

Secara teoritis, manajemen *Public Relations* (PR) internal adalah unit strategis dalam organisasi yang berfokus pada pengelolaan dan pengembangan kapabilitas komunikator untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan, teori-teori manajemen organisasi memberikan landasan penting dalam memahami bagaimana pengelolaan komunikator dapat dilakukan secara efektif. Max Weber memberikan perspektif tentang perlunya struktur organisasi yang jelas dan prosedur yang terdefinisi dengan baik. Dalam manajemen PR internal, teori ini dapat diterjemahkan ke dalam standar operasional yang mengatur proses rekrutmen, pengembangan, promosi dan pengelolaan komunikator. (Sunarsi, 2019).

Integrasi teori motivasi juga menunjukkan bahwa keberhasilan

manajemen PR internal dalam meningkatkan kapabilitas komunikator tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga pada bagaimana organisasi memahami dan memenuhi kebutuhan individu komunikator. Dengan pendekatan ini, komunikator perubahan dapat menjadi lebih efektif dalam menyampaikan pesan yang relevan dan adaptif di tengah dinamika politik dan sosial yang terus berkembang. (Jasiyah & Ak, 2022).

Pada tahap *change*, organisasi mulai menerapkan perubahan yang diinginkan. Dalam konteks ini, manajemen PR internal dapat memperkenalkan strategi komunikasi baru, seperti integrasi media sosial dengan aplikasi berbasis data untuk meningkatkan relevansi pesan. Selama tahap ini, komunikator dilatih untuk menguasai keterampilan baru yang mendukung kemampuan adaptasi mereka terhadap perubahan, seperti penggunaan analitik media sosial untuk memahami tren atau teknik narasi yang lebih efektif. Hal ini dapat mencakup pengintegrasian prosedur baru ke dalam pedoman kerja standar, pemberian penghargaan kepada komunikator yang berhasil mengimplementasikan strategi baru, serta evaluasi berkala untuk memastikan bahwa perubahan tersebut berjalan secara konsisten. (Dani Rustandi & Fibria Indriati, 2022).

Dalam komunikasi politik, teori *Agenda-Setting* menyoroti peran strategis media massa dalam memengaruhi perhatian publik terhadap isu-isu tertentu. Dengan demikian, teori ini mencerminkan bagaimana media massa dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap suatu isu. Ketika sebuah isu terus menerus disorot oleh media, masyarakat cenderung melihatnya sebagai masalah yang mendesak atau relevan. Proses ini dapat memengaruhi prioritas kebijakan publik, di mana isu-isu yang sering diangkat oleh media akhirnya menjadi fokus utama pemerintah atau pembuat kebijakan.

Sebagai contoh, liputan intensif tentang perubahan iklim dapat mendorong pemerintah untuk mengambil tindakan yang lebih konkret dalam isu tersebut. (Poti, 2019).

Selanjutnya terdapat *Teori Two-Step Flow of Communication* adalah teori lain yang penting dalam komunikasi politik. Teori ini dikembangkan oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan Hazel Gaudet pada 1940-an, yang mengemukakan bahwa komunikasi politik sering kali tidak langsung diterima oleh khalayak secara massa, tetapi melalui perantara, yang disebut sebagai "opinion leaders" (pemimpin opini). Menurut teori ini, komunikator politik menyampaikan pesan kepada individu-individu yang memiliki pengaruh sosial, yang kemudian menyebarkan pesan tersebut kepada khalayak yang lebih luas. Oleh karena itu, peran opinion leader menjadi sangat penting dalam komunikasi politik karena mereka dapat memengaruhi pandangan dan sikap banyak orang dalam masyarakat. Komunikator utama dalam politik, komunikator politik dan kepemimpinan politik merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan dalam komunikasi politik. Untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan didalam komunikasi politik tentu memerlukan komunikator politik. Komunikator politik tidak disandang hanya pada mereka yang memiliki nama besar, namun semua orang termasuk komunikator hanya saja masing-masing punya wilayahnya sendiri (Kustiawan et al., 2022).

Di lain pihak, fenomena buzzer semakin marak terjadi dalam beberapa tahun terakhir, terutama dalam konteks politik. Buzzer dapat dikategorikan sebagai komunikator politik karena mereka memiliki peran penting dalam mempengaruhi opini publik dan mempercepat penyebaran pesan politik melalui media sosial. Buzzer juga memiliki kemampuan untuk membangun citra politik

dan memobilisasi dukungan massa. Kegiatan mereka dalam berkomunikasi dan membuat konten telah memenuhi kriteria sebagai komunikator politik, yakni memiliki kredibilitas (*communicator credibility*), mempunyai daya tarik (*communicator attractiveness*), memiliki kesamaan senasib seperasaan (*communicator similarity*) dan kekuatan (*communicator power*). Terdapat pula argumen yang menyatakan bahwa buzzer tidak sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai komunikator politik karena kegiatan mereka lebih bersifat promosi atau kampanye dibandingkan dengan proses komunikasi yang seimbang dan terbuka. (Trianto, 2021) (Gantiano, 2018).

Berdasarkan jurnal "Komunikator Utama dalam Politik, Komunikator Politik dan Kepemimpinan Politik" oleh Winda Kustiawan, Tifani Liusnimun, Nurul Hidayat, Jaman Wahidin, 2022, menjelaskan bahwa komunikator utama dalam politik, komunikator politik dan kepemimpinan politik adalah satu kesatuan yang saling berkaitan. Komunikator politik tidak hanya disandang oleh mereka yang memiliki nama besar, namun semua orang bisa menjadi komunikator dengan wilayahnya masing-masing. Hasil penelitian menekankan pentingnya peran komunikator dalam menyampaikan informasi atau pesan dalam komunikasi politik. Ini relevan karena manajemen PR internal Partai Golkar perlu mengidentifikasi dan mengembangkan individu-individu dalam organisasi yang dapat menjadi komunikator perubahan yang efektif, terlepas dari posisi formal mereka.

Jurnal "Kelompok Aktivis Partai Politik Islam Sebagai Komunikator" oleh Yusri tahun 2024 mengkaji kelompok aktivis partai politik Islam sebagai komunikator, khususnya dalam konteks komunikasi politik Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivis partai politik memiliki peran penting sebagai komunikator. Jurnal ini menekankan

bagaimana seharusnya kesiapan aktivis partai politik Islam sebelum, ketika dan setelah berkomunikasi dalam kacamata komunikasi Islam. Untuk konteks komunikator perubahan, dari jurnal ini dapat menggarisbawahi potensi aktivis dan anggota internal Partai Golkar sebagai komunikator perubahan yang efektif. Manajemen PR internal dapat memanfaatkan kapabilitas mereka dengan membekali mereka dengan pemahaman yang mendalam tentang pesan-pesan perubahan partai.

Adapun jurnal "Kredibilitas Komunikator dalam Membangun Politik Sehat di Siompu Kabupaten Buton Selatan" oleh Wa Nur Fida, Muh. Rizal Ardiansyah P, Viki Yana tahun 2024 menemukan bahwa kredibilitas komunikator adalah persepsi yang sangat mempengaruhi masyarakat. Ketika politisi menyampaikan pendapat atau pandangan, kredibilitas mereka menentukan apakah masyarakat akan yakin dan percaya untuk menjadikannya seorang pemimpin. Dalam konteks penelitian komunikator perubahan, hal ini sangat penting karena kemampuan komunikator perubahan di Partai Golkar untuk menyampaikan pesan secara kredibel akan sangat menentukan keberhasilan penyebaran perubahan. Manajemen PR internal harus fokus pada pembangunan kredibilitas komunikator internal melalui pelatihan, konsistensi pesan, dan transparansi.

Di lain pihak, jurnal "Kajian Komunikator Politik Indonesia Periode 2009-2014: Analisis Komunikasi Politik Susilo Bambang Yudhoyono" oleh Rangga Saptya Mohamad Permana dan Evi Rosfiantika tahun 2022 mendefinisikan komunikator politik sebagai individu atau kelompok yang menyampaikan pesan tentang kekuasaan dan kebijakan pemerintah dengan tujuan memengaruhi khalayak. Studi kasus SBY menunjukkan bagaimana seorang presiden sebagai komunikator politik dapat memengaruhi

opini publik melalui berbagai strategi komunikasi. Relevansinya, manajemen PR internal Partai Golkar dapat belajar dari strategi komunikasi tokoh politik yang berhasil untuk meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan mereka, terutama dalam hal formulasi pesan, pemilihan media dan adaptasi terhadap dinamika politik.

Pada jurnal "Buzzer Sebagai Komunikator Politik oleh Rudi Trianto 2024, menunjukkan bahwa buzzer dapat dikategorikan sebagai komunikator politik karena peran penting mereka dalam memengaruhi opini publik dan mempercepat penyebaran pesan politik melalui media sosial. Buzzer juga memiliki kemampuan membangun citra politik dan memobilisasi dukungan massa. Meskipun fokus pada "buzzer" yang seringkali di luar struktur formal, jurnal ini memberikan perspektif tentang bagaimana individu atau kelompok, bahkan di luar struktur resmi, dapat menjadi komunikator yang kuat di era digital. Untuk Partai Golkar, ini menunjukkan pentingnya memahami dan mungkin memanfaatkan saluran komunikasi informal atau individu yang memiliki pengaruh di antara anggota untuk menyebarkan pesan perubahan, serta perlunya mengelola informasi yang beredar di berbagai platform.

Jurnal-jurnal ini secara kolektif memberikan pemahaman yang komprehensif tentang peran dan karakteristik komunikator politik, yang sangat relevan untuk penelitian tentang bagaimana manajemen PR internal dapat meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan di Partai Golkar. Mereka menyoroti pentingnya kredibilitas, peran aktivis, dan adaptasi terhadap dinamika komunikasi modern. Kelima jurnal tersebut, meskipun memiliki fokus dan sudut pandang yang berbeda, secara kolektif memberikan dasar teoritis dan empiris yang kuat untuk memahami peran dan karakteristik komunikator politik.

Pemahaman ini sangat penting bagi penelitian "Peran Manajemen Public Relations Internal dalam Meningkatkan Kapabilitas Para Komunikator Perubahan" di Partai Golkar.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengangkat fungsi strategis manajemen Public Relations internal sebagai unit analisis utama, bukan semata-mata sosok komunikator perubahan, dalam konteks organisasi partai politik (Partai Golkar). Secara khusus, penelitian ini menyoroti bagaimana kapabilitas komunikator dibentuk melalui intervensi manajerial seperti pelatihan, coaching, evaluasi, dan internal branding. Studi ini juga membedah peran PR internal dalam mengidentifikasi dan mengembangkan kader potensial sebagai agen perubahan strategis, serta mengintegrasikan perspektif komunikasi organisasi, manajemen SDM, dan strategi perubahan politik internal. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah konseptual dan praktis dalam literatur PR politik, yang sebelumnya lebih berfokus pada persepsi publik atau karakteristik komunikator, bukan pada proses sistematis pembentukan kapabilitas mereka oleh manajemen internal PR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran manajemen Public Relations (PR) internal dalam meningkatkan kapabilitas para komunikator perubahan di Lembaga Komunikasi dan Informasi Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Golkar, serta dampaknya terhadap efektivitas komunikasi politik yang dijalankan. Fokus penelitian ini adalah memahami bagaimana strategi manajemen PR internal dapat mendukung pengembangan kompetensi komunikator perubahan dalam menyampaikan pesan politik, menangani isu-isu strategis, dan beradaptasi dengan tantangan komunikasi di era digital.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (Fadli, 2021), yang bertujuan untuk mendalami peran manajemen *public relations* internal dalam meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan di Lembaga Komunikasi dan Informasi Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Golkar Jakarta. Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika internal organisasi serta faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politik. Penelitian ini difokuskan pada pemahaman perspektif individu terkait pelatihan, pengembangan kapasitas, serta ruang kreatif yang diberikan kepada para komunikator perubahan dalam organisasi.

Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (Topan & Widiastanty, 2022). Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih informan yang memiliki pengetahuan, pengalaman dan kualifikasi yang relevan dengan topik penelitian. Informan yang terlibat terdiri dari fungsionaris partai yang juga merupakan kader PPK (Pimpinan Pusat Kolektif Kosgoro 1957). Kriteria inklusi yang diterapkan meliputi jabatan, lama pengabdian dan kontribusi mereka dalam organisasi. Dengan demikian, informan yang dipilih diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam dan informasi yang berharga mengenai peran manajemen *public relations* internal dalam meningkatkan kapabilitas para komunikator perubahan.

Tabel 1. Daftar Informan (sumber: hasil observasi)

| No | Inisial Nama | Kriteria Inklusi                                                        | Jabatan                                    | Lama Pengabdian    | Keterangan                                                     |
|----|--------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------|
| 1  | SR           | Fungsionaris partai, anggota PPK, aktif sampai penelitian ini dilakukan | Sekjen PPK                                 | Lebih dari 5 tahun | Memimpin program kaderisasi internal                           |
| 2  | AHS          | Fungsionaris partai, anggota PPK sebagai Wakil Sekjen                   | Demisioner Persatuan Pengusaha Kosgoro     | Lebih dari 5 tahun | Pengalaman dalam komunikasi internal                           |
| 3  | A            | Fungsionaris partai, anggota PPK sebagai Wakil Sekjen                   | Koordinator PPK Provinsi                   | Lebih dari 5 tahun | Mengelola komunikasi dan hubungan internal/eksternal           |
| 4  | M            | Anggota PPK sebagai Wakil Sekjen                                        | Anggota PPK, aktif dalam kegiatan internal | Lebih dari 5 tahun | Terlibat secara tidak langsung dalam peran komunikasi internal |
| 5  | IPW          | Fungsionaris partai, anggota PPK, jabatan struktural                    | Wakil Sekjen                               | Lebih dari 5 tahun | Terlibat dalam mengelola kegiatan internal partai              |
| 6  | RJ           | Fungsionaris partai, staf ahli, anggota PPK                             | Koordinator Komunikasi Internal            | Lebih dari 5 tahun | Bertanggung jawab dalam strategi komunikasi internal           |
| 7  | IS           | Fungsionaris partai, anggota PPK, jabatan struktural                    | Wakil Sekjen                               | Lebih dari 5 tahun | Memiliki pengalaman panjang di bidang komunikasi internal      |
| 8  | A            | Anggota PPK                                                             | Staff Komunikasi PPK                       | Lebih dari 5 tahun | Mendukung kegiatan komunikasi internal                         |

|    |     |                                                           |                                                 |                     |                                                                              |
|----|-----|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 9  | N   | Anggota PPK, terlibat dalam pengembangan program internal | Pengurus PPK Bidang Hubungan Internal           | Lebih dari 5 tahun  | Fokus pada peningkatan kapabilitas komunikator perubahan                     |
| 10 | ANH | Anggota PPK                                               | Demisioner Anggota Tim Pengembangan Kapabilitas | Kurang dari 5 tahun | Terlibat secara tidak langsung dalam maajemen komunikasi internal organisasi |

Prosedur penelitian dimulai dengan pengumpulan data melalui teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) (Topan & Widiyanto, 2022) dengan informan yang terlibat langsung dalam kegiatan komunikasi di DPP Partai Golkar, yakni para fungsionaris partai maupun para kader PPK (Pimpinan Pusat Kolektif) Kosgoro 1957, sebagai salah satu ormas terbesar di bawah binaan Partai Golkar, serta beberapa anggota partai yang memiliki pengalaman dalam pengelolaan pesan politik. Teknik wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, ditulis langsung dalam bentuk transkrip hasil wawancara.

Selain wawancara, analisis dokumen (Zulkipli, 2022) juga dilakukan untuk mendapatkan data tambahan yang berkaitan dengan kebijakan pelatihan, pengembangan *public relations* internal, serta laporan kegiatan yang relevan dengan komunikasi politik di DPP Partai Golkar. Dokumen yang dianalisis antara lain adalah laporan tahunan, strategi komunikasi yang digunakan oleh partai, serta materi pelatihan yang diberikan kepada komunikator politik (Aryansyah, 2022) (Gantiano, 2018) (Hotmaida Martianno Nainggolan et al., 2022). Prosedur ini bertujuan untuk memberikan gambaran triangulatif mengenai kebijakan dan praktek yang diterapkan dalam pengelolaan *public relations* internal yang berfokus pada penguatan kapasitas komunikasi (Lengkong et al., 2017).

Adapun teknik analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*) menggunakan tiga tahapan utama: 1) Coding Awal (*Open Coding*),

transkrip wawancara dibaca secara berulang untuk mengidentifikasi frasa, kata kunci, atau ide utama yang relevan dengan fokus penelitian, seperti *kapabilitas komunikator*, *strategi manajemen PR*, *pelatihan internal* dan *kultur organisasi*. 2) Kategorisasi (*Axial Coding*), kode-kode awal dikelompokkan menjadi kategori yang lebih luas, misalnya: kode seperti "*pelatihan media*", "*mentoring komunikasi*" dan "*dukungan struktural*" digabungkan dalam kategori *pengembangan kapasitas komunikator*. 3) Pemaknaan (*Selective Coding*), setelah kategorisasi, peneliti menyusun narasi dan mengembangkan tema-tema utama yang menggambarkan bagaimana manajemen *public relations* internal meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan. Proses ini juga mempertimbangkan konteks politik dan struktural dari organisasi. (Azahra et al., 2021) (Andriani, 2023) (Ma'mun, 2023)

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menerapkan beberapa teknik berikut: 1) *Member Check* (Uji Kredibilitas), yakni hasil wawancara dianalisis dan kemudian dikonfirmasi kembali kepada beberapa informan utama (misalnya SR dan RJ) untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan maksud dan pengalaman informan (Nurfadilah Tarni et al., 2022). 2) *Triangulasi Data*, yakni peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode dengan membandingkan data dari: hasil wawancara mendalam, dokumen internal partai (laporan tahunan, modul pelatihan, strategi komunikasi), observasi tidak langsung (keterlibatan

peneliti dalam beberapa kegiatan atau forum daring PPK Kosgoro) (Sulistiyani & Mukaromah, 2018), 3) *Audit Trail* dengan menyimpan seluruh proses dokumentasi analisis data, seperti transkrip wawancara, catatan lapangan dan versi kode awal hingga akhir. Hal ini bertujuan agar proses analisis dapat direplikasi atau diaudit oleh peneliti lain bila dibutuhkan (Carcary, 2020). 4) *Peer Debriefing*, yakni berdiskusi dengan sejawat akademik untuk mendiskusikan temuan sementara dan interpretasi data sebagai bentuk pengujian *dependability* dan *confirmability* (Rueda-Medina et al., 2021) (Mekarisce, 2020).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen public relations internal di Lembaga Komunikasi dan Informasi Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Golkar Jakarta memiliki peran yang signifikan terhadap peningkatan kapabilitas komunikator perubahan dalam menyampaikan pesan-pesan politik. Berdasarkan wawancara dengan sejumlah informan, ditemukan bahwa kualitas pengelolaan komunikator, termasuk pelatihan, pengembangan kapasitas, serta pemberian ruang kreatif bagi para komunikator, sangat memengaruhi efektivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh partai. Salah satu temuan utama yang muncul adalah pentingnya pelatihan intensif yang tidak hanya mencakup teknik komunikasi, tetapi juga pemahaman mendalam tentang isu-isu politik yang relevan, strategi media dan penanganan krisis. Para informan menyebutkan bahwa komunikasi politik tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis berbicara, menulis atau membuat konten, tetapi juga harus didukung oleh pemahaman yang kuat tentang konteks politik yang sedang berlangsung, serta kemampuan untuk menyesuaikan pesan dengan dinamika yang cepat berubah. Oleh karena itu, pelatihan yang diberikan kepada

komunikator perubahan di DPP Partai Golkar tidak hanya terbatas pada teknik komunikasi tradisional, tetapi juga mencakup analisis politik yang lebih mendalam dan kemampuan untuk menyusun strategi komunikasi yang adaptif.

Argumentasi tersebut didasarkan pada hasil wawancara: "...Di DPP Partai Golkar, kami selalu memastikan bahwa para komunikator perubahan tidak hanya dapat menyampaikan pesan dengan baik, tetapi juga memahami konteks politik terkini dan dapat metanggappannya dengan cepat dan tepat." Selanjutnya diperkuat oleh salah seorang fungsionaris Partai Golkar: "... Oleh karena itu, para komunikator harus bisa menyusun strategi komunikasi yang tidak hanya reaktif, tetapi juga proaktif terhadap perkembangan politik." Salah satu kader senior PPK Kosgoro 1957 yang juga kader senior di Partai Golkar menyatakan: "...Tidak hanya mengajarkan teknik dasar komunikasi, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menangani krisis dan mengelola isu yang bisa merugikan partai. Kami memberikan ruang bagi mereka untuk berinovasi, mengembangkan kemampuan analisis politi, dan memahami media sebagai alat untuk membangun citra dan menyampaikan pesan."

Aspek penting lainnya adalah penanganan krisis, yang menjadi fokus dalam pengelolaan komunikasi politik di DPP Partai Golkar. Penelitian ini menemukan bahwa banyak komunikator perubahan di DPP Partai Golkar yang terlibat dalam menangani situasi krisis, baik yang muncul secara spontan maupun yang telah diprediksi sebelumnya. Pelatihan yang diberikan berfokus pada kemampuan untuk metanggapan isu-isu kontroversial atau serangan terhadap partai dengan cara yang terstruktur dan terkontrol. Salah satu informan mengungkapkan bahwa mereka dilatih untuk tidak hanya metanggapan krisis dengan cepat, tetapi juga untuk

menjaga konsistensi pesan partai selama krisis berlangsung, agar citra partai tetap terjaga meskipun menghadapi tantangan besar. Pelatihan semacam ini terbukti penting, terutama ketika partai harus menghadapi situasi di mana opini publik sangat mudah dipengaruhi oleh disinformasi atau pernyataan yang dipolitisasi.

Dalam hal manajemen media, manajemen komunikator di DPP Partai Golkar tidak hanya berkaitan dengan rekrutmen atau pengelolaan kesejahteraan staf, tetapi lebih jauh lagi berperan dalam membangun kapabilitas komunikator perubahan yang mumpuni. Pelatihan yang berkelanjutan, pengembangan kapasitas, serta ruang untuk berkreasi dan berinovasi dalam menyampaikan pesan-pesan politik memberikan dampak yang besar terhadap efektivitas komunikasi politik yang dijalankan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas *public relations* internal, khususnya dalam hal pelatihan dan pengembangan keterampilan, dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja komunikasi politik di organisasi politik.

Dalam konteks ini, dapat dikatakan bahwa keberhasilan komunikasi politik di DPP Partai Golkar sangat bergantung pada bagaimana mereka mengelola dan meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan yang dimiliki lembaga. Oleh karena itu, pengelolaan manajemen PR internal yang baik, termasuk pelatihan yang tepat dan berfokus pada isu-isu politik yang relevan, akan menjadi kunci utama dalam menghadapi tantangan komunikasi politik di era digital yang semakin kompleks dan penuh disrupsi ini.

Dari sisi teori, temuan ini sangat relevan dengan Teori *Agenda-Setting* yang menjelaskan bagaimana komunikasi politik berperan dalam membentuk fokus perhatian publik terhadap isu-isu tertentu. Dalam penelitian ini, para komunikator perubahan

di DPP Partai Golkar menunjukkan kemampuannya dalam mengelola agenda politik melalui pesan yang disampaikan kepada khalayak, yang dibangun berdasarkan pemahaman terhadap dinamika politik terkini dan kebutuhan khalayak yang beragam. Proses ini terlihat jelas dalam penggunaan media sosial dan platform digital lainnya, di mana komunikasi politik lebih bersifat dua arah dan lebih interaktif. Pemberian pelatihan berbasis pada pemahaman isu politik yang cepat berubah dan penggunaan media digital menjadi faktor penting dalam keberhasilan pengelolaan agenda politik partai.



Gambar 1. Visi LKI Golkar

Sumber: Materi Presentasi Ketua LKI: Dave Laksono.

<http://www.lkigolkar.com/>

Dari Gambar 1, dapat diketahui bahwa Visi Lembaga Komunikasi dan Informasi (LKI) Partai Golkar, yaitu "Menjadi Lembaga Komunikasi dan Informasi terdepan dalam bidang politik secara umum dan terus memajukan kejayaan Partai Golkar." Visi ini memiliki relevansi yang kuat dengan temuan penelitian yang membahas bagaimana manajemen *public relations* internal, khususnya dalam hal pengelolaan pelatihan, pengembangan kapasitas, dan pemberian ruang kreatif bagi komunikator perubahan, memainkan peran penting dalam mendukung efektivitas komunikasi politik. Visi ini menegaskan posisi strategis LKI sebagai lembaga yang tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga berperan sebagai motor penggerak komunikasi politik partai secara keseluruhan. Hal ini mendukung temuan penelitian yang menyoroti pentingnya

pengelolaan manajemen komunikasi PR internal untuk menciptakan komunikator perubahan yang tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga memiliki pemahaman mendalam tentang strategi media dan isu-isu politik yang relevan. Dengan memiliki visi sebagai "lembaga terdepan," LKI secara tidak langsung menunjukkan bahwa mereka menempatkan peningkatan kapabilitas komunikator politik sebagai prioritas utama untuk memperkuat posisi partai di mata publik.



Gambar 2. Misi LKI Golkar

Sumber: Materi Presentasi Ketua LKI: Dave Laksono.

<http://www.lkigolkar.com/>

Berdasarkan gambar 2, Misi Lembaga Komunikasi dan Informasi (LKI) Partai Golkar memuat tujuh poin utama, yaitu: menyediakan konten inklusif dan relevan, meningkatkan literasi digital, mendorong partisipasi generasi muda, memfasilitasi ruang diskusi digital, mengembangkan ekosistem komunikasi berbasis digital, mengedepankan keamanan digital, dan menjadi jembatan antar generasi. Misi ini mendukung temuan penelitian yang menunjukkan peran penting manajemen PR internal dalam meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan, terutama dalam menghadapi tantangan komunikasi politik di era digital. *Pertama*, poin "menyediakan konten yang inklusif dan relevan" menegaskan pentingnya keterampilan framing dalam komunikasi politik, yang ditemukan sebagai salah satu fokus utama dalam pelatihan komunikator perubahan di DPP Partai Golkar. Kemampuan untuk menyusun pesan yang relevan dan sesuai dengan khalayak yang beragam merupakan

bagian integral dari keberhasilan komunikasi politik. Dalam wawancara, para komunikator di DPP Partai Golkar menekankan pentingnya memahami kebutuhan khalayak, terutama dalam konteks isu-isu lokal, nasional, dan global. Dengan pendekatan ini, konten yang disampaikan dapat mencerminkan inklusivitas partai serta relevansi pesan politik dalam menjawab kebutuhan masyarakat. *Kedua*, poin "meningkatkan literasi digital" selaras dengan temuan bahwa media sosial telah menjadi alat komunikasi politik utama yang membutuhkan keterampilan khusus untuk dikelola secara efektif. Pelatihan yang diberikan kepada komunikator perubahan di LKI mencakup kemampuan untuk menggunakan platform digital secara strategis, termasuk analisis data dan pemanfaatan algoritma media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa LKI berupaya membangun kapabilitas komunikator yang tidak hanya fokus pada komunikasi politik tradisional, tetapi juga mampu mengelola tantangan dan peluang yang muncul di ruang digital.

Lebih jauh lagi, hasil penelitian ini juga menemukan bahwa pengelolaan krisis, yang sebelumnya sering dianggap sebagai bagian dari komunikasi manajerial biasa, kini menjadi salah satu aspek terpenting dalam pelatihan komunikasi politik. Komunikator perubahan yang dilatih di DPP Partai Golkar tidak hanya diberikan keterampilan dasar dalam menyampaikan pesan, tetapi juga dilatih untuk metanggapi situasi krisis yang dapat memengaruhi citra partai. Hal ini mencerminkan pentingnya kemampuan adaptasi dalam strategi komunikasi politik, yang sangat terkait dengan teori Manajemen Perubahan dalam komunikasi. Di era disrupsi dan digitalisasi informasi, pengelolaan krisis secara efektif bisa menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan posisi partai di mata publik.



Gambar 3. Strategi Konten Media LKI  
Sumber: Materi Presentasi Ketua LKI: Dave Laksono.

<http://www.lkigolkar.com/>

Tampak pada Gambar 3, strategi Lembaga Komunikasi dan Informasi (LKI) Partai Golkar dalam menggunakan meme motivasi dengan desain yang kekinian dan sesuai dengan selera Gen-Z. Pendekatan ini mendukung temuan penelitian yang menunjukkan bahwa modernisasi komunikasi politik, terutama melalui media digital, menjadi kunci dalam menarik perhatian generasi muda. Dalam konteks penelitian, penggunaan meme seperti ini mencerminkan salah satu cara DPP Partai Golkar meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan untuk memahami dan metanggapi preferensi komunikasi khalayak yang lebih muda. *Pertama*, penggunaan meme dengan gaya visual yang ringan, menarik, dan mudah dipahami adalah strategi komunikasi yang sangat relevan untuk generasi Z. Generasi ini dikenal memiliki preferensi terhadap konten yang visual, langsung, dan sering kali disampaikan dalam nada humor atau santai. Dalam wawancara dengan Direktur Media Sosial DPP Partai Golkar, ditekankan bahwa salah satu fokus pelatihan komunikator perubahan adalah memahami tren media sosial, termasuk bagaimana menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu memikat perhatian khalayak dalam waktu singkat. Meme seperti ini adalah contoh bagaimana pesan politik yang penting dapat disampaikan dengan gaya yang lebih santai namun tetap efektif. *Kedua*, meme yang ditampilkan tidak hanya bersifat menghibur, tetapi juga menyampaikan pesan-pesan motivasi yang relevan dengan

aspirasi generasi muda. Sebagai contoh, meme yang menampilkan kalimat seperti "*Lebih enak pasti, tapi mendingan dapetin jatah!*" atau "*Yang kerja keras pasti dapat gaji emas*" menyentuh isu yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak muda, seperti pentingnya produktivitas dan kesuksesan finansial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelatihan komunikator perubahan di DPP Partai Golkar mencakup analisis kebutuhan dan aspirasi khalayak. Dalam hal ini, meme digunakan untuk menghubungkan nilai-nilai partai dengan isu-isu yang relevan bagi Gen-Z, sehingga pesan politik terasa lebih relevan dan mudah diterima.

Relevansi teori yang lain, terdapat temuan yang memperkaya dan memperbaharui konsep komunikasi politik di era digital, yang lebih cepat dan dinamis. Teori *Spiral of Silence*, (Hendra, 2019) yang menyatakan bahwa individu cenderung untuk tidak menyuarakan pendapat yang berbeda dengan mayoritas, terlihat menurun dalam konteks digital. Media sosial sebagai ruang terbuka justru memberikan kebebasan bagi para komunikator politik untuk lebih transparan dan tanggap terhadap suara-suara publik, bahkan yang tidak mendukung posisi politik mereka.

Media sosial sebagai ruang terbuka memberikan kebebasan bagi individu dan komunikator politik untuk menyampaikan pendapat mereka tanpa takut terisolasi, bahkan jika pendapat tersebut bertentangan dengan mayoritas atau posisi politik dominan. Dalam penelitian ini, temuan menunjukkan bahwa media sosial justru menciptakan ekosistem komunikasi politik yang lebih inklusif dan demokratis, di mana suara-suara yang tidak terwakili di media konvensional bisa lebih bebas dan lebih cepat disuarakan. Komunikator politik yang cakap dapat memanfaatkan ruang ini untuk berinteraksi langsung dengan publik, menjawab pertanyaan atau kritik, dan

bahkan melakukan pembelaan terhadap posisi politik mereka secara *real-time*.

Lebih lanjut, temuan ini juga menggambarkan perubahan signifikan dalam cara komunikator politik di DPP Partai Golkar berinteraksi dengan publik. Dalam pelatihan yang diberikan kepada mereka, ada penekanan besar pada kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika komunikasi di media sosial. Para komunikator perubahan tidak hanya dilatih untuk menyampaikan pesan secara strategis, tetapi juga untuk dapat menangani berbagai macam tanggapan, baik yang positif maupun negatif, yang datang dari berbagai lapisan masyarakat. Oleh karena itu, dalam era digital ini, kemampuan untuk beradaptasi dan menanggapi dengan cepat adalah kunci untuk meminimalisir efek "spiral of silence" dan memaksimalkan dampak dari komunikasi politik.

Gambar 4. Meme Ketua Umum Partai Golkar  
Sumber: Materi Presentasi Ketua LKI: Dave



Laksono.

Pada Gambar 4, diketahui bahwa kepemimpinan baru Partai Golkar di bawah Bahlil Lahadalia memberikan dinamika baru yang relevan dengan temuan penelitian ini. Sebagai seorang pemimpin muda dengan latar belakang yang kuat dalam bidang ekonomi dan investasi, Bahlil membawa pendekatan yang lebih modern dan inklusif dalam kepemimpinan partai. Kapabilitas *change leadership* ini dapat memperkuat peran manajemen PR internal yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai kunci peningkatan kapabilitas komunikator perubahan.

## SIMPULAN

### Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen *public relations* internal di Lembaga Komunikasi dan Informasi (LKI) DPP Partai Golkar memainkan peran strategis dalam meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan untuk menghadapi tantangan komunikasi politik di era digital. *Pertama*, manajemen *public relations* internal yang baik, melalui pelatihan berkelanjutan, pengembangan kapasitas, dan ruang kreatif, sangat berpengaruh terhadap efektivitas komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politik yang relevan, membangun citra partai, serta merespons isu-isu kritis dengan cepat dan strategis. Dalam konteks ini, kemampuan komunikator untuk memahami isu politik terkini, menganalisis dinamika media sosial, dan menyusun strategi komunikasi yang adaptif menjadi kunci keberhasilan komunikasi politik.

*Kedua*, penelitian ini menunjukkan bahwa media baru, khususnya media sosial, telah menciptakan peluang besar untuk meningkatkan keterlibatan publik secara lebih inklusif dan interaktif. Penggunaan media sosial tidak hanya memperluas jangkauan pesan politik, tetapi juga memungkinkan komunikasi dua arah yang transparan, responsif, dan berbasis data. Dalam hal ini, LKI Partai Golkar telah memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk menjangkau khalayak muda, termasuk generasi Z dan milenial, melalui konten visual yang menarik, seperti meme motivasi, yang dirancang sesuai selera mereka. *Ketiga*, pelatihan khusus yang diberikan kepada komunikator perubahan di DPP Partai Golkar tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis komunikasi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menangani krisis, mengelola isu publik, dan membangun narasi politik yang kuat. Kemampuan ini sejalan dengan teori manajemen perubahan, di mana organisasi

perlu adaptif terhadap disrupsi teknologi dan dinamika sosial.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa manajemen *public relations* internal yang fokus pada peningkatan kapabilitas komunikasi sangat penting untuk menghadapi kompleksitas komunikasi politik di era digital. Dengan pendekatan yang inovatif, adaptif dan berbasis data, LKI DPP Partai Golkar mampu memaksimalkan potensi media digital untuk membangun citra partai, meningkatkan partisipasi generasi muda, serta menjaga relevansi partai dalam lanskap politik yang terus berubah. Temuan ini juga memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori dan praktik komunikasi politik, khususnya dalam konteks partai politik di Indonesia.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah: 1) Memperluas aplikasi teori Manajemen Perubahan dalam komunikasi politik; 2) merevisi perspektif tradisional komunikasi politik partai. Jika sebelumnya banyak dipandang sebagai kegiatan elitis dan bersifat satu arah, temuan ini merevisi pendekatan tersebut dengan menunjukkan bahwa komunikasi politik yang efektif harus berbasis partisipatif dan inklusif.

Dengan demikian, secara praktis penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi partai politik lain dalam merancang sistem pengelolaan PR internal yang adaptif, berbasis pelatihan strategis dan berorientasi pada penguatan kapabilitas komunikator perubahan. Di sisi lain, secara akademis, penelitian ini memperkaya khazanah ilmu komunikasi politik dan studi organisasi politik dalam menghadapi tantangan era disrupsi digital dan transformasi komunikasi publik.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan guna meningkatkan efektivitas manajemen PR internal dan kapabilitas

komunikator perubahan di lingkungan partai politik, khususnya pada organisasi seperti DPP Partai Golkar:

1. Penguatan program pelatihan dan pengembangan kapasitas secara berkelanjutan. Manajemen PR internal disarankan untuk rutin mengadakan pelatihan dan workshop yang fokus pada pengembangan keterampilan komunikasi strategis, pengelolaan isu, serta penanganan krisis.
2. Peningkatan ruang kreativitas dan inovasi. Memberikan ruang yang cukup bagi komunikator untuk berkreasi dan berinovasi dalam menyusun strategi komunikasi, misalnya melalui forum *brainstorming* dan sesi *sharing* pengalaman.
3. Penguatan sistem evaluasi dan umpan balik. Melalui evaluasi berkala, manajemen dapat memantau pencapaian program dan melakukan perbaikan berbasis data serta pengalaman nyata lapangan.
4. Peningkatan keterlibatan stakeholder dan pemangku kepentingan. Hal ini dapat memperkuat hubungan dan memperluas jangkauan pesan politik yang disampaikan oleh komunikator.
5. Penggunaan Teknologi Digital dan Media Sosial secara Optimal. Digitalisasi komunikasi perlu dimaksimalkan dengan memanfaatkan teknologi terbaru agar narasi politik dan pesan strategis dapat lebih mudah disampaikan kepada khalayak yang beragam dan tersebar secara geografis.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, P. A. (2023). Tradisi Masyarakat Buddha sebagai Wisata Religi. *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 4(1). <https://doi.org/10.36417/jpp.v4i1.604>
- Aryansyah, J. (2022). Analisis Gaya Kampanye Komunikator Politik (Prabowo Subianto).

- Researchgate.Net, April.
- Astrama, I. M., Sukaarnawa, I. G. M., & Darsana, I. M. (2024). Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) Dinas Pariwisata Kota Denpasar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 2875–2884. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7925%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/7925/5554>
- Azahra, A. P., Irawan, I., & Widiyanto, A. A. (2021). Dari komunal menjadi individual: Studi perubahan Tradisi Pethik Pari Desa Karangrejo sebelum pandemi dan masa pandemi COVID-19. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHIS)*, 1(10), 1113–1130. <https://doi.org/10.17977/um063v1i10p1113-1130>
- Carcary, M. (2020). The Research Audit Trail: Methodological Guidance for Application in Practice. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 18(2). <https://doi.org/10.34190/JBRM.18.2.008>
- Dani Rustandi, & Fibria Indriati. (2022). ANALISIS MANAJEMEN PERUBAHAN ORGANISASI KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI PASCA REVISI UNDANG-UNDANG. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(3). <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i3.2762>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Gantiano, H. E. (2018). Politikus Sebagai Komunikator Politik. *Dharma Duta*, 16(1). <https://doi.org/10.33363/dd.v16i1.145>
- Helmi, H., & Aslami, N. (2023). Proses Manajemen Perubahan Dan Tujuannya Bagi Perusahaan. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2).
- Hendra, Y. (2019). Spiral Of Silence Theory Versus Perkembangan Masyarakat Suatu Penjelasan dan Kritik Teori. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 5(2), 106. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v5i2.2859>
- Hotmaida Marttianno Nainggolan, Novi Indah Permatasari, & Hikmalia, W. (2022). Pentingnya Juru Bicara Sebagai Komunikator Politik Pada Presidensi G20 Indonesia. *JURNAL HERITAGE*, 10(2). <https://doi.org/10.35891/heritage.v10i2.3261>
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. *MEDIUM*, 8(1). [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Jasiyah, S. E. R., & Ak, M. (2022). KERANGKA KERJA MSDM. *MSDM (Konsep Dan Tantangan ...)*
- Kustiawan, W., Siregar, A. S. M. M., Nabila, F., Harahap, K. H., & Aini, L. (2022). Teori-Teori dalam Komunikasi Massa. *Jurnal Telekomunikasi, Kendali Dan Listrik*, 3(2), 41–45. <https://agneslintangsari.wordpress.com/2019/11/19/teori-teori-dalam-komunikasi-massa/amp/>
- Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. . (2017). Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado). *Acta Diurna*, VI(1), 1–46. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15493/15034>
- Ma'mun, A. R. (2023). Problematika

- Komunikasi Politik Pendanaan Pembangunan Ibu Kota Negara Nusantara. *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 3(1). <https://doi.org/10.22225/politicos.3.1.2023.1-16>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3). <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nurfadilah Tarni, Widyastuti, & Haerani Nur. (2022). Pengalaman Konversi Agama Pada Remaja Mualaf. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 41–49. <https://doi.org/10.56799/peshum.v2i1.971>
- Poti, J. (2019). Ekonomi Politik, Media Dan Ruang Publik. *Semiotika*, 13(2), 200–206. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Rueda-Medina, B., Schmidt-RíoValle, J. P., González-Jiménez, E., Fernández-Aparicio, Á., Aguilar-Ferrándiz, M. E., & Correa-Rodríguez, M. (2021). Peer debriefing versus instructor-led debriefing for nursing simulation. *Journal of Nursing Education*, 60(2). <https://doi.org/10.3928/01484834-20210120-06>
- Rusmiati, E. T., Angellia, F., Pranawukir, I., Winata, N. P., & Fazri, F. (2024). Dakwah Digital Berbasis Kecerdasan Buatan : Penerapan IndoBERT dalam Analisis dan Penyebaran Konten Dakwah Peduli Lingkungan di Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 7(1), 83–89.
- Sulistiyan, D., & Mukaromah, M. (2018). Gaya Retorika Kepala Negara Ri: Analisis Komparatif Susilo Bambang Yudhoyono (Sby) Dan Joko Widodo. *Jurnal Audience*, 1(1), 31–44.
- <https://doi.org/10.33633/ja.v1i1.2682>
- Sunarsi, D. (2019). Penerapan MSDM Strategis Dalam Upaya Meningkatkan Kemampuan Organisasi dalam menyongsong Revolusi 4.0. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(1).
- Topan, D. A., & Widiasanty, G. (2022). Strategi Marketing Public Relations Urban Republic Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1755>
- Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida'*, 9(2), 95–120.
- Zulkipli, Z. (2022). PERENCANAAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 10(1). <https://doi.org/10.33394/vis.v10i1.5119>