

## **PERAN HUMAS DALAM PENYEBARLUASAN INFORMASI KEBIJAKAN DAN PROGRAM KERJA KEMENTERIAN PADA PUSAT PENERANGAN KEMENTERIAN DALAM NEGERI**

**Yohannes Poluan<sup>1</sup>, T. Herry Rachmatsyah<sup>2</sup>, Harry Nenobais<sup>3</sup>**

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the role of Public Relations, supporting and inhibiting factors, and their optimization in disseminating information on policies and work programs of the Ministry of Home Affairs at the Information Center of the Ministry of Home Affairs. This study uses a post-positivistic paradigm with a qualitative descriptive method, where the role of Public Relations is analyzed based on Rusady Ruslan's opinion with indicators of communicator, relationship, back-up management, and good image marker. The informants in this study numbered 7 people. The data analysis technique used interview and research documentation methods. The results of this study show the following findings: (1) The role of Public Relations in disseminating information on policies and work programs of the Ministry of Home Affairs is as a communicator, relationship, back-up management, and good image marker. In this case, the Information Center of the Ministry of Home Affairs becomes a communication bridge with the public. The Information Center compiles public communication strategies, creates and distributes press releases, news, and digital content, establishes relationships with the mass media, monitors public opinion and media coverage, and builds a positive image of the ministry. (2) Supporting factors for the successful dissemination of information on ministry policies and work programs include a clear legal and institutional basis, the use of reliable technology and digital platforms, the presence of competent human resources, and synergy and partnerships with media partners. Meanwhile, inhibiting factors include lengthy bureaucratic and coordination processes, limited human resources, technical constraints of suboptimal internet networks, and low public literacy. (3) Efforts to optimize the role of Public Relations in disseminating information on ministry policies and work programs are carried out through training and competency development; utilizing communication technology and following social media trends; creating innovations in packaging information in an attractive and easy-to-understand manner; strengthening collaborative networks with mass media, communities, and public influencers; and accelerating internal coordination flows so that information can be delivered in a timely manner.*

**Keywords:** *Role, Public Relations, Information Dissemination, Policy, Work Program*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Humas, faktor pendukung dan penghambat, serta optimalisasinya dalam penyebaran informasi kebijakan dan program kerja kementerian pada Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri. Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme dengan metode deskriptif kualitatif, dimana peran Humas dianalisis berdasarkan pendapat Rusady Ruslan dengan indikator communicator, relationship, back up management, dan good image marker. Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang. Adapun teknik analisis data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan temuan: (1) Peran Humas dalam penyebaran informasi kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri adalah sebagai communicator, relationship, back-up management, dan good image marker. Dalam hal ini Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri menjadi jembatan komunikasi dengan masyarakat. Pusat Penerangan melakukan penyusunan strategi komunikasi publik, membuat dan menyebarkan siaran pers, berita, dan konten digital, menjalin hubungan dengan media massa, melakukan monitoring opini publik dan pemberitaan media, serta membangun citra positif kementerian. (2) Faktor pendukung keberhasilan penyebaran informasi kebijakan dan program kerja kementerian, antara lain adanya dasar hukum dan kelembagaan yang jelas, pemanfaatan teknologi dan platform digital yang andal, keberadaan sumber daya manusia yang kompeten, serta sinergi dan kemitraan dengan

rekan-rekan media. Sementara itu faktor penghambatnya, adalah proses birokrasi dan koordinasi yang panjang, keterbatasan sumber daya manusia, kendala teknis jaringan internet yang tidak optimal, dan rendahnya literasi masyarakat. (3) Upaya mengoptimalkan peran Humas dalam penyebarluasan informasi kebijakan dan program kerja kementerian, dilakukan dengan pelatihan dan peningkatan kompetensi; memanfaatkan teknologi komunikasi dan mengikuti tren media sosial; menciptakan inovasi dalam pengemasan informasi yang menarik dan mudah dipahami; memperkuat jaringan kerja sama dengan media massa, komunitas, dan influencer public; serta mempercepat alur koordinasi internal agar informasi dapat disampaikan tepat waktu.

**Kata Kunci:** Peran, Humas, Penyebarluasan Informasi, Kebijakan, Program Kerja

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era modern membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat. Arus informasi yang semakin cepat menuntut masyarakat untuk meningkatkan kemampuan berpikir serta memperluas wawasan pengetahuan. Informasi saat ini tidak lagi sekadar pelengkap, melainkan telah menjadi kebutuhan penting yang mendukung berbagai aktivitas masyarakat dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, maupun pembangunan daerah. Selain itu, ketersediaan informasi juga memiliki peran penting bagi organisasi atau lembaga dalam meningkatkan efektivitas serta efisiensi kerja, terutama dalam mendukung proses perencanaan dan pelaksanaan pembangunan.

Dalam penyelenggaraan pemerintahan, penyampaian informasi kepada masyarakat merupakan hal yang sangat penting. Salah satu unit yang memiliki tanggung jawab tersebut adalah bagian Hubungan Masyarakat (Humas). Humas berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah dengan masyarakat dalam menyampaikan berbagai kebijakan, program kerja, serta kegiatan pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah. Melalui komunikasi yang dilakukan oleh Humas, masyarakat diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang jelas mengenai program pembangunan sehingga pelaksanaannya dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan publik.

Keberhasilan pembangunan pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari peran komunikasi pembangunan. Hal ini disebabkan komunikasi memiliki fungsi strategis dalam menyampaikan informasi, membangun pemahaman, serta menciptakan partisipasi masyarakat terhadap program pemerintah. Kondisi geografis Indonesia yang sangat luas serta keberagaman sosial dan budaya yang dimiliki masyarakat seringkali menjadi tantangan tersendiri dalam proses pembangunan. Perbedaan karakteristik tersebut dapat menyebabkan adanya ketidaksesuaian antara program yang dirancang dengan kondisi masyarakat di suatu daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah diberikan kewenangan untuk mengelola sumber daya serta anggaran secara lebih mandiri agar pembangunan yang dilakukan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Setiap daerah memiliki karakteristik serta kebutuhan pembangunan yang berbeda. Oleh sebab itu, keberhasilan pembangunan sangat dipengaruhi oleh adanya hubungan kerja sama yang baik antara pemerintah dan masyarakat. Komunikasi yang efektif menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan tersebut. Dalam hal ini, Humas memiliki peran yang cukup signifikan karena bertugas menyampaikan berbagai informasi mengenai kegiatan organisasi kepada masyarakat, baik yang berkaitan dengan program pembangunan maupun kebijakan pemerintah. Informasi yang

disampaikan tidak hanya ditujukan kepada masyarakat luas, tetapi juga kepada pihak internal organisasi sehingga tercipta keselarasan pemahaman mengenai kegiatan yang dilaksanakan.

Selain berperan dalam penyebaran informasi, Humas juga memiliki tanggung jawab untuk memperkenalkan visi dan misi organisasi kepada masyarakat. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memperoleh dukungan dari publik terhadap program serta kebijakan organisasi. Melalui komunikasi yang terjalin dengan baik, organisasi dapat membangun hubungan yang positif dengan masyarakat serta menciptakan opini publik yang mendukung. Ruslan (2018:30) menyatakan bahwa kegiatan hubungan masyarakat pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. Oleh karena itu, keberadaan Humas dalam suatu organisasi menjadi sangat penting dalam membangun citra positif lembaga di mata masyarakat.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan Humas mencakup publik internal maupun eksternal. Publik internal meliputi pegawai serta seluruh unsur organisasi yang berada di dalam lembaga tersebut, sedangkan publik eksternal meliputi masyarakat, media massa, maupun berbagai pihak lain yang berkaitan dengan organisasi. Humas memiliki tugas untuk menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi dengan kedua kelompok publik tersebut. Selain itu, Humas juga berperan sebagai mediator yang menjembatani kepentingan pemerintah dengan masyarakat dalam rangka meningkatkan efektivitas penyelenggaraan pemerintahan serta pembangunan.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat menuntut organisasi

untuk mampu menyampaikan informasi secara cepat dan tepat. Dalam kondisi tersebut, Humas menjadi garda terdepan dalam menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan dan kegiatan pemerintah kepada masyarakat. Oleh karena itu, setiap unit kerja dalam instansi pemerintahan perlu menjalin koordinasi yang baik dengan Humas agar proses penyampaian informasi dapat dilakukan secara efektif. Peran Humas yang optimal dapat membantu organisasi dalam membangun kepercayaan masyarakat serta menjaga reputasi lembaga di mata publik.

Penyampaian informasi kepada masyarakat juga berkaitan dengan penerapan prinsip keterbukaan informasi publik. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang didasarkan pada ketentuan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28F. Dalam ketentuan tersebut dijelaskan bahwa setiap warga negara memiliki hak untuk memperoleh dan menyampaikan informasi guna mengembangkan diri serta lingkungan sosialnya. Selain itu, masyarakat juga memiliki hak untuk mencari, memperoleh, mengelola, dan menyampaikan informasi melalui berbagai sarana komunikasi yang tersedia.

Peran dalam suatu organisasi dapat dipahami sebagai rangkaian tindakan atau aktivitas yang dilakukan seseorang dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Glen Broom dan David Dozier dalam Ruslan (2018:20-21) menjelaskan bahwa fungsi public relations memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan organisasi. Penelitian yang mereka lakukan selama lebih dari dua dekade menunjukkan bahwa praktisi public relations memiliki kontribusi penting dalam merancang program komunikasi yang efektif serta memberikan masukan

strategis bagi pimpinan organisasi dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut Lattimore dkk. (2015:62), praktik public relations pada umumnya mencakup dua peran utama, yaitu sebagai teknisi dan sebagai manajer. Peran teknisi berkaitan dengan kegiatan teknis komunikasi seperti penulisan berita, penyuntingan materi komunikasi, dokumentasi kegiatan, produksi konten komunikasi, serta hubungan dengan media massa. Sementara itu, peran manajerial lebih berfokus pada aspek strategis, yaitu membantu organisasi dalam mengidentifikasi permasalahan komunikasi serta merumuskan solusi yang tepat. Dalam peran ini, praktisi public relations juga berperan memberikan pertimbangan kepada pimpinan terkait strategi komunikasi organisasi.

Informasi sendiri merupakan hasil pengolahan data yang memiliki nilai guna dalam mendukung proses pengambilan keputusan. Melalui informasi yang akurat dan relevan, organisasi dapat memperoleh gambaran mengenai kondisi yang sebenarnya sehingga dapat menentukan langkah atau kebijakan yang tepat. Oleh karena itu, informasi menjadi unsur yang sangat penting dalam pengelolaan organisasi, termasuk dalam lembaga pemerintahan.

Dalam instansi pemerintah, Humas memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan berbagai kegiatan organisasi kepada masyarakat. Tugas tersebut meliputi upaya membangun hubungan yang baik dengan publik internal maupun eksternal. Dalam lingkungan internal organisasi, Humas berinteraksi dengan pegawai serta unsur pimpinan untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan organisasi. Sementara itu, dalam lingkungan eksternal, Humas menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk media massa yang berperan sebagai saluran

penyampaian informasi kepada masyarakat.

Kementerian Dalam Negeri sebagai salah satu lembaga penting dalam struktur pemerintahan Indonesia juga memiliki unit yang bertanggung jawab dalam bidang kehumasan. Fungsi tersebut dijalankan oleh Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 137 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Dalam Negeri, Pusat Penerangan memiliki tugas memberikan dukungan kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan kementerian serta pemerintah daerah dalam bidang penyampaian informasi kepada masyarakat.

Secara umum, kegiatan kehumasan di lingkungan Kementerian Dalam Negeri meliputi pelayanan informasi publik, hubungan kelembagaan, hubungan personal, serta pengembangan sistem pelayanan informasi. Selain itu, Humas juga memiliki berbagai fungsi penting, seperti memberikan masukan kepada pimpinan, menyampaikan kegiatan organisasi kepada masyarakat, menganalisis opini publik, mempromosikan program pemerintah, memberikan klarifikasi terhadap informasi yang tidak benar, serta membangun citra positif pemerintah di mata masyarakat.

Perkembangan media sosial turut mempengaruhi cara organisasi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk berbagi informasi, menyampaikan pendapat, serta berinteraksi secara langsung dengan pengguna lainnya. Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Popularitas platform tersebut mendorong berbagai organisasi, termasuk instansi

pemerintah, untuk memanfaatkannya sebagai sarana komunikasi publik.

Penggunaan media sosial memungkinkan informasi yang disampaikan oleh instansi pemerintah dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat. Oleh karena itu, banyak instansi pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi organisasi. Pemanfaatan media sosial juga sejalan dengan upaya reformasi birokrasi yang menekankan penggunaan teknologi informasi dalam penyelenggaraan pemerintahan melalui konsep e-government.

Dalam upaya menyampaikan informasi kepada masyarakat, Humas Kementerian Dalam Negeri memanfaatkan media sosial Instagram yang dikelola oleh Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri. Akun tersebut digunakan sebagai media untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai kegiatan, kebijakan, serta program yang dilaksanakan oleh kementerian. Hingga saat ini akun tersebut telah memiliki jumlah pengikut yang cukup besar serta memuat berbagai unggahan yang berkaitan dengan aktivitas kementerian.

Melalui media sosial, masyarakat dapat memberikan tanggapan maupun komentar terhadap informasi yang disampaikan oleh pemerintah. Selain itu, informasi yang dipublikasikan juga dapat dibagikan kembali oleh pengguna sehingga jangkauannya menjadi lebih luas. Media sosial juga dapat berfungsi sebagai sarana bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi maupun masukan kepada pemerintah. Oleh karena itu, penyampaian informasi melalui media sosial perlu dilakukan secara jelas, jujur, dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat.

Meskipun demikian, penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi tidak terlepas dari berbagai kendala. Proses publikasi informasi melalui media sosial melibatkan berbagai tahapan yang harus dilakukan secara teliti. Tim Humas biasanya melakukan peliputan kegiatan secara langsung, mendokumentasikan kegiatan tersebut, kemudian menyusun materi berita yang selanjutnya dipublikasikan melalui media sosial organisasi.

Selain itu, terdapat beberapa hambatan dalam pemanfaatan media sosial sebagai media penyebaran informasi. Salah satunya adalah tidak semua masyarakat memiliki perangkat telepon pintar yang mendukung penggunaan aplikasi Instagram. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian masyarakat tidak dapat mengakses informasi yang disampaikan melalui platform tersebut. Di samping itu, masih terdapat masyarakat yang menggunakan telepon seluler hanya untuk melakukan panggilan dan mengirim pesan singkat.

Hambatan lainnya berkaitan dengan keterbatasan informasi yang dipublikasikan melalui media sosial. Tidak semua informasi mengenai kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri disampaikan melalui Instagram karena sebagian informasi juga tersedia pada situs web resmi kementerian yang memuat informasi lebih lengkap. Selain itu, perbedaan kualitas jaringan internet di berbagai wilayah Indonesia juga dapat menjadi kendala bagi masyarakat dalam mengakses informasi yang disediakan secara daring.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Konsep Hubungan Masyarakat

Menurut Moore (2017:6), “hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang berperan dalam menilai opini, sikap, serta perilaku publik. Selain itu, humas juga bertugas mengidentifikasi kebijakan dan prosedur yang dimiliki individu maupun organisasi yang berkaitan dengan kepentingan publik, serta merancang dan melaksanakan program kerja guna memperoleh pemahaman dan dukungan dari masyarakat.” Dengan demikian, humas dapat dipahami sebagai fungsi manajemen yang menilai pandangan publik, menyesuaikan kebijakan organisasi dengan kepentingan masyarakat, serta menyusun berbagai kegiatan yang bertujuan membangun pemahaman dan dukungan publik terhadap organisasi.

Effendy (2018:24) mengemukakan bahwa “humas memiliki fungsi penting dalam membantu organisasi dan publiknya untuk menyesuaikan diri secara timbal balik sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan. Melalui kegiatan humas, organisasi dapat membangun kerja sama dengan berbagai kelompok masyarakat.” Humas juga berperan dalam memfasilitasi proses komunikasi antara organisasi dengan publik utamanya secara efektif. Dalam pelaksanaannya, aktivitas humas merupakan proses yang dilakukan secara terus-menerus oleh manajemen guna memperoleh kepercayaan serta pengertian dari berbagai pihak seperti pelanggan, karyawan, maupun masyarakat luas. Proses tersebut meliputi kegiatan evaluasi terhadap kondisi internal organisasi serta penyampaian informasi yang relevan kepada publik.

Pengertian lain dikemukakan oleh Institute of Public Relations (IPR) yang dikutip oleh Anggoro (2016:2), yang

menyatakan bahwa “hubungan masyarakat merupakan serangkaian aktivitas yang direncanakan secara sistematis dan dilakukan secara berkelanjutan dengan tujuan membangun serta mempertahankan hubungan yang harmonis dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.” Berdasarkan definisi tersebut, kegiatan humas merupakan rangkaian program yang dirancang secara terstruktur dan dilaksanakan secara terpadu dalam jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan humas tidak dapat dilakukan secara spontan, melainkan harus melalui proses perencanaan yang matang agar tujuan komunikasi organisasi dapat tercapai secara efektif.

Soemirat dan Elvinaro (2019:91) menyatakan bahwa “peran humas dalam organisasi tidak berbeda dengan unit kerja lainnya dalam memberikan kontribusi terhadap perencanaan strategis organisasi dalam jangka panjang.” Dalam menjalankan fungsi tersebut, praktisi humas dapat melakukan beberapa langkah strategis, antara lain:

- a. Menghimpun berbagai data, fakta, serta opini yang berkembang baik di lingkungan internal maupun eksternal organisasi. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti kliping pemberitaan media massa, kajian terhadap pidato pimpinan, publikasi organisasi, maupun wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan.
- b. Menganalisis berbagai dokumen resmi organisasi serta mempelajari perkembangan organisasi dari perspektif historis. Langkah ini dilakukan untuk memahami dinamika hubungan yang terjalin antara organisasi dengan publiknya dari waktu ke waktu.

- c. Melakukan analisis SWOT yang mencakup identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman. Analisis tersebut membantu praktisi humas dalam memahami persepsi publik internal maupun eksternal terhadap organisasi.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, humas dapat merumuskan strategi serta program kerja yang selaras dengan arah kebijakan organisasi secara keseluruhan.

Menurut Stainberg dalam Soemirat dan Elvinaro (2019:95), bahwa “tujuan utama hubungan masyarakat adalah membentuk opini publik yang positif terhadap berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi.” Tujuan tersebut dapat dijelaskan dalam dua pendekatan utama, yaitu:

- a. Secara positif, yaitu upaya untuk memperoleh serta meningkatkan penilaian yang baik dan goodwill terhadap organisasi.
- b. Secara defensif, yaitu usaha untuk melindungi organisasi dari opini atau kritik negatif yang tidak berdasar dari masyarakat.

Selanjutnya, Kusumastuti (2017:4) menyatakan bahwa “tujuan humas adalah membangun serta mempertahankan sikap positif publik terhadap organisasi yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan perilaku.” Berdasarkan pendapat tersebut, tujuan kegiatan humas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Menciptakan saling pengertian (kognisi). Humas berupaya mempertemukan kepentingan organisasi dengan publik melalui penyampaian informasi yang jelas sehingga tercipta pemahaman bersama.
- b. Membangun kepercayaan (afeksi). Tujuan ini berkaitan dengan pembentukan sikap emosional berupa rasa percaya antara organisasi dan publik.

- c. Mendorong kerja sama (psikomotorik). Melalui komunikasi yang efektif diharapkan terjalin bantuan dan kerja sama nyata antara organisasi dan masyarakat dalam bentuk tindakan.

Dengan demikian, tujuan humas tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi juga menciptakan citra positif organisasi di mata publik melalui proses komunikasi yang berkelanjutan.

Menurut Anggoro (2016:3), bahwa “tugas utama humas adalah merencanakan, melaksanakan, serta memelihara hubungan yang baik dengan berbagai pihak secara berkelanjutan agar tercipta hubungan yang saling menguntungkan bagi organisasi.” Sementara itu, Kusumastuti (2017:8) menyebutkan bahwa terdapat tiga tugas pokok humas dalam suatu organisasi, yaitu:

- a. Menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan sikap atau perilaku publik, kemudian memberikan rekomendasi kepada manajemen dalam penyusunan kebijakan organisasi.
- b. Menjembatani kepentingan organisasi dengan kepentingan masyarakat.
- c. Melakukan evaluasi terhadap program organisasi yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Menurut Cutlip dan Center yang dikutip oleh Kusumastuti (2017:12), tugas humas dalam organisasi meliputi beberapa kegiatan berikut:

- a. Memberikan edukasi kepada publik mengenai penggunaan produk atau jasa organisasi.
- b. Mengurangi kesalahpahaman yang mungkin terjadi antara organisasi dan masyarakat.
- c. Mendukung peningkatan penjualan produk atau jasa organisasi.
- d. Mendorong keterlibatan organisasi dalam kegiatan sosial masyarakat.

- e. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan akan produk atau jasa organisasi.
- f. Mengantisipasi pergeseran preferensi konsumen terhadap produk pesaing. Menurut Bernays dalam Ruslan (2018:24), terdapat tiga fungsi utama humas, yaitu:
  - a. Memberikan informasi atau penerangan kepada masyarakat.
  - b. Melakukan persuasi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku publik.
  - c. Menyesuaikan kepentingan organisasi dengan kepentingan masyarakat agar tercipta keselarasan. Selain itu, Cutlip, Center, dan Canfield dalam Ruslan (2018:26) menjelaskan beberapa fungsi humas sebagai berikut:
    - a. Mendukung kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
    - b. Membangun hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya.
    - c. Mengidentifikasi opini, persepsi, serta tanggapan masyarakat terhadap organisasi.
    - d. Memberikan saran kepada pimpinan terkait kepentingan publik.
    - e. Menciptakan komunikasi dua arah antara organisasi dan masyarakat untuk membangun citra positif. Dalam menjalankan fungsinya, humas memiliki dua peran utama yaitu:
      - a. Fungsi Konstruktif. Fungsi ini berkaitan dengan upaya humas dalam mempersiapkan kondisi yang mendukung terciptanya hubungan baik antara organisasi dan publik. Humas berperan menyiapkan masyarakat agar dapat menerima kebijakan organisasi, sekaligus membantu organisasi memahami kepentingan publik. Aktivitas humas dalam fungsi ini bersifat proaktif, terencana, serta berkelanjutan.
      - b. Fungsi Korektif. Fungsi ini muncul ketika organisasi menghadapi

masalah atau krisis dengan publik. Dalam kondisi tersebut, humas bertugas membantu menyelesaikan permasalahan melalui komunikasi yang efektif sehingga hubungan antara organisasi dan masyarakat dapat dipulihkan.

Ruslan (2018:24) menjelaskan bahwa “Humas merupakan bagian integral dari struktur manajemen organisasi dan tidak dapat dipisahkan dari kegiatan kelembagaan secara keseluruhan. Hal ini memungkinkan humas menjalankan fungsi komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. Keberhasilan humas dalam menjalankan perannya turut menentukan tercapainya visi, misi, dan tujuan organisasi.”

Lebih lanjut Ruslan (2018:27), menjelaskan fungsi dan peran Hubungan Masyarakat (Humas) dalam suatu organisasi dapat dijelaskan melalui beberapa aspek utama sebagai berikut:

- a. Communicator. Humas memiliki peran sebagai pihak yang menyampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan organisasi kepada masyarakat. Penyampaian informasi tersebut dapat dilakukan melalui komunikasi secara langsung maupun dengan memanfaatkan berbagai media, baik media massa maupun media digital, sehingga pesan organisasi dapat diterima oleh publik secara luas.
- b. Relationship Builder. Humas juga berperan dalam menciptakan serta memelihara hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kelompok publik, baik yang berada di dalam organisasi (publik internal) maupun pihak di luar organisasi (publik eksternal). Hubungan yang baik tersebut penting untuk membangun rasa saling percaya serta mendorong terciptanya kerja sama yang positif.

- c. **Back-up Management.** Selain menjalankan fungsi komunikasi, Humas juga memberikan dukungan terhadap berbagai kegiatan manajemen organisasi. Dukungan tersebut dapat berupa keterlibatan dalam aktivitas pemasaran, promosi, kegiatan operasional, maupun dalam pengelolaan sumber daya manusia yang berkaitan dengan kepentingan organisasi.
- d. **Good Image Maker.** Peran lain dari Humas adalah membangun serta mempertahankan citra positif organisasi di mata masyarakat. Citra tersebut terbentuk dari penilaian atau persepsi publik terhadap berbagai aktivitas dan kinerja organisasi yang ditampilkan kepada masyarakat.

## 2. Konsep Publikasi

Menurut Ishak (2017:374), dalam kegiatan publikasi arus penyampaian informasi memiliki peranan yang sangat penting. Fokus utama komunikasi dalam publikasi terletak pada kemampuan dalam mengolah serta mendistribusikan informasi secara efektif. Oleh karena itu, unsur yang paling utama dalam kegiatan ini adalah informasi yang diproses dan kemudian disampaikan kepada publik oleh suatu organisasi.

Informasi dapat dipahami sebagai berbagai bentuk berita atau materi yang memuat riwayat, aktivitas, fungsi, serta mekanisme kerja suatu organisasi yang perlu diketahui oleh masyarakat. Dalam konteks kehumasan, publikasi merupakan salah satu kegiatan penting yang dilakukan untuk menyampaikan kepada masyarakat mengenai berbagai aktivitas atau program yang dilaksanakan oleh suatu instansi. Melalui publikasi tersebut, organisasi dapat membangun citra positif karena publik memperoleh informasi yang memadai mengenai kegiatan yang dilakukan.

Publikasi juga dapat diartikan sebagai kegiatan penyampaian atau pengumuman kepada masyarakat luas mengenai hasil penelitian, hasil diskusi, maupun berbagai informasi lain yang dianggap penting untuk diketahui oleh publik. Tingkat kebutuhan terhadap publikasi bergantung pada urgensi masalah serta solusi yang dihasilkan dari informasi yang akan disampaikan. Dengan demikian, tujuan utama publikasi adalah memberikan informasi kepada masyarakat.

Istilah publikasi atau publisitas tidak hanya dikenal dalam bidang kehumasan, tetapi juga sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Publisitas dapat dimaknai sebagai proses penyebaran pesan yang direncanakan melalui media tertentu untuk mencapai tujuan organisasi atau individu tanpa adanya biaya langsung kepada media yang digunakan.

Morissan (2018:15) menyatakan bahwa “salah satu aktivitas yang sering dilakukan oleh praktisi Humas adalah publisitas, yaitu upaya menempatkan berita atau informasi mengenai individu maupun organisasi di media massa.” Dengan kata lain, publisitas merupakan usaha agar kegiatan atau aktivitas suatu organisasi dapat diberitakan oleh media. Publisitas pada umumnya bersifat komunikasi satu arah, sedangkan praktik kehumasan menekankan komunikasi dua arah. Meskipun demikian, publisitas tetap menjadi salah satu instrumen penting dalam kegiatan Humas.

Menurut Iriantara (2016:190), bahwa “keberhasilan publikasi sangat dipengaruhi oleh nilai berita (news value). Nilai berita tersebut menjadi pertimbangan dalam merancang kegiatan organisasi agar mampu menarik perhatian media massa.” Apabila suatu organisasi mampu menyelenggarakan kegiatan yang kreatif dan inovatif sehingga menarik perhatian publik,

maka kegiatan tersebut berpotensi menjadi pemberitaan media dan bahkan dapat menjadi topik pembicaraan di masyarakat, sehingga nilai publikasinya semakin tinggi.

Publikasi yang dilakukan oleh organisasi dapat diwujudkan dalam beberapa bentuk, antara lain sebagai berikut:

- a. Berita rutin, yaitu informasi yang berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan secara berkala seperti pengumuman, rapat, konferensi pers, pameran, pelatihan singkat organisasi, maupun informasi mengenai perubahan atau pergantian personel dalam organisasi.
- b. Feature, yaitu publikasi yang memuat kegiatan sosial organisasi yang menunjukkan kepedulian terhadap berbagai permasalahan sosial di masyarakat.
- c. Artikel, yaitu tulisan yang memuat hasil wawancara atau pembahasan tertentu yang disampaikan oleh organisasi untuk memperoleh tanggapan dari masyarakat maupun mendorong pemerintah dalam mengambil kebijakan tertentu.

Pelaksanaan publikasi tentunya memerlukan media yang efektif dan efisien agar informasi yang disampaikan dapat menjangkau sasaran audiens secara cepat. Seiring perkembangan teknologi, metode publikasi juga mengalami perubahan. Secara umum, publikasi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Publikasi manual atau tradisional, yaitu publikasi yang menggunakan media cetak berbahan kertas untuk menyampaikan informasi, seperti surat kabar, majalah, atau selebaran.
- b. Publikasi elektronik, yaitu bentuk publikasi yang memanfaatkan perkembangan teknologi digital dan internet sehingga informasi dapat disampaikan dengan lebih cepat.

Publikasi ini dapat berbentuk berbagai jenis file digital seperti PDF, doc, txt, dan format lainnya.

Fungsi publikasi tidak terlepas dari fungsi komunikasi dalam media massa. Devito (2019:11) menyebutkan bahwa komunikasi massa memiliki beberapa fungsi utama, yaitu:

- a. Fungsi hiburan, yaitu media massa menyediakan berbagai program yang bertujuan untuk memberikan hiburan kepada masyarakat. Dalam praktiknya, fungsi hiburan ini juga bertujuan untuk menarik perhatian audiens sehingga media dapat memperoleh perhatian yang luas dari masyarakat.
- b. Fungsi persuasi, yaitu media massa berperan dalam mempengaruhi atau meyakinkan masyarakat. Bentuk persuasi tersebut dapat berupa memperkuat sikap dan kepercayaan seseorang, mengubah sikap dan nilai yang dimiliki, mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, serta memperkenalkan nilai atau etika tertentu kepada masyarakat.
- c. Fungsi penguatan, yaitu media massa dapat memperkuat keyakinan, nilai, sikap, maupun opini yang telah dimiliki oleh individu atau kelompok dalam masyarakat.
- d. Fungsi perubahan, yaitu media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perubahan sikap, pandangan, maupun opini masyarakat terhadap suatu isu tertentu, meskipun perubahan tersebut terkadang bersifat kecil.
- e. Fungsi menggerakkan, yaitu media dapat mendorong masyarakat untuk melakukan tindakan tertentu, misalnya dalam konteks promosi atau pengiklanan yang bertujuan mempengaruhi perilaku konsumen.
- f. Fungsi penanaman nilai atau etika, yaitu media massa juga berperan dalam menyampaikan nilai-nilai

sosial kepada masyarakat. Melalui pemberitaan mengenai berbagai penyimpangan sosial, media dapat mendorong masyarakat untuk melakukan perubahan terhadap kondisi yang terjadi.

Dalam praktiknya, kegiatan publikasi yang dilakukan oleh Humas dapat dilakukan melalui berbagai bentuk kegiatan, antara lain sebagai berikut:

- a. Publisitas, yaitu upaya menempatkan informasi berupa artikel, tulisan, foto, atau tayangan visual yang memiliki nilai berita tinggi di media massa tanpa biaya. Informasi tersebut biasanya memiliki unsur penting, menarik, atau mengandung nilai kemanusiaan sehingga mampu menarik perhatian publik terhadap suatu organisasi, individu, atau tempat tertentu. Dalam pelaksanaannya, publisitas dapat berkaitan dengan berbagai aktivitas seperti keterlibatan organisasi dalam komunitas lokal, hubungan dengan komunitas industri, penerbitan media internal organisasi seperti buletin atau majalah, hubungan dengan karyawan, hubungan dengan media massa, penyediaan foto dan media kit, serta hubungan dengan pemegang saham atau komunitas finansial.
- b. Event atau acara, yaitu kegiatan yang diselenggarakan oleh Humas sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, misalnya melalui seminar, pameran, pertunjukan, maupun kegiatan publik lainnya.
- c. News atau berita, yaitu informasi yang disampaikan kepada publik baik secara langsung maupun melalui media tertentu dengan tujuan agar pesan tersebut dapat diterima dan memperoleh tanggapan positif dari masyarakat.
- d. Press release, yaitu informasi tertulis yang disusun oleh Humas suatu

organisasi dan disampaikan kepada redaksi media massa seperti televisi, radio, majalah, atau surat kabar dengan tujuan agar informasi tersebut dapat dipublikasikan oleh media.

- e. Pemanfaatan media baru, yaitu penggunaan teknologi internet sebagai sarana penyebaran informasi kepada publik, seperti melalui website, blog, maupun berbagai platform media sosial.

### 3. Konsep Komunikasi Publik

Nasution (2020:58) menjelaskan bahwa “istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* atau *communicare* yang memiliki makna membuat menjadi sama.” Istilah tersebut merujuk pada suatu proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain sehingga tercipta kesamaan pemahaman antara pengirim dan penerima pesan. Dengan demikian, komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima sesuai dengan maksud dari komunikator.

Secara umum, komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, maupun ide dari seseorang kepada orang lain. Biasanya komunikasi dilakukan melalui bahasa lisan yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Namun apabila tidak terdapat bahasa lisan yang sama, proses komunikasi tetap dapat berlangsung melalui bentuk komunikasi nonverbal, seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, senyuman, gelengan kepala, maupun gestur lainnya yang mampu menyampaikan makna tertentu.

Silalahi (2016:26) mengemukakan bahwa “dalam penyelenggaraan pemerintahan yang baik, prinsip-prinsip seperti responsivitas, transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas menjadi sangat penting.” Responsivitas dalam konteks ini berarti bahwa manajemen

publik harus mampu memberikan perhatian yang cepat, berkelanjutan, dan intensif terhadap berbagai informasi atau aspirasi yang disampaikan oleh masyarakat, baik secara langsung kepada birokrasi maupun melalui perwakilan politik seperti legislator.

Menurut Suherman (2020:247), bahwa “komunikasi publik merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada khalayak yang lebih luas dengan tujuan untuk mempengaruhi atau meyakinkan mereka.” Dalam pelaksanaannya, penyampaian pesan harus mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti analisis terhadap karakteristik audiens, kredibilitas komunikator, serta metode penyampaian pesan yang bersifat persuasif agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara efektif.

Komunikasi publik umumnya memiliki tingkat formalitas dan kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan komunikasi antar individu. Karyaningsih (2018:59) menyatakan bahwa hal tersebut disebabkan oleh kebutuhan akan persiapan pesan yang matang serta kemampuan komunikasi yang memadai untuk berinteraksi dengan audiens dalam jumlah besar. Pendapat ini diperkuat oleh Budi (2020:99) yang menyatakan bahwa “komunikasi publik merupakan suatu proses penyampaian informasi kepada kelompok sasaran dengan tujuan mempengaruhi cara pandang maupun tindakan mereka. Melalui komunikasi publik, organisasi berupaya memberikan informasi, meningkatkan kesadaran masyarakat, serta mempengaruhi sikap dan perilaku audiens.”

Dalam praktiknya, komunikasi publik terutama dalam lingkup pemerintahan menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks. Tantangan tersebut berkaitan dengan tujuan komunikasi, kebutuhan organisasi, karakteristik audiens, definisi kebijakan, serta

keterbatasan sumber daya. Keragaman organisasi serta struktur komunikasi pemerintahan yang bersifat multilapis menjadikan proses penentuan tujuan dan kebutuhan komunikasi menjadi lebih rumit. Selain itu, komunikasi pemerintah sering kali harus menyeimbangkan berbagai tujuan yang terkadang saling bertentangan, terutama karena adanya kepentingan politik dari para pemimpin atau pemangku kepentingan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat, tetapi juga sebagai alat untuk mengelola berbagai kepentingan yang ada sehingga tercipta keseimbangan dalam penyampaian kebijakan publik.

Witri, dkk (2021:66) menyatakan bahwa “komunikasi publik bertujuan untuk menyampaikan berbagai informasi serta aktivitas yang dilakukan oleh organisasi kepada masyarakat luas. Selain itu, komunikasi publik juga berperan dalam membangun serta memperkuat hubungan antara organisasi dengan masyarakat.” Agar tujuan tersebut dapat tercapai secara efektif, organisasi perlu merumuskan tujuan komunikasi yang jelas dan spesifik. Keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam membangun komunikasi yang efektif serta menjalin koordinasi antarbagian dalam organisasi. Dengan komunikasi yang baik, kerja sama dalam organisasi dapat terjalin secara lebih optimal. Meskipun demikian, komunikasi sering kali menjadi tantangan utama yang dihadapi dalam proses pengembangan organisasi.

Mukaron dan Laksana (2016:221) menjelaskan bahwa tujuan utama dari komunikasi organisasi publik meliputi beberapa aspek berikut:

- a. Perubahan sikap (*attitude change*), yaitu perubahan sikap individu

setelah menerima pesan, baik menjadi lebih positif maupun negatif.

- b. Perubahan pendapat (opinion change), yaitu kemampuan audiens dalam memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator sehingga menghasilkan pandangan atau pendapat yang beragam.
- c. Perubahan perilaku (behavior change), yaitu perubahan tindakan atau perilaku individu dari perilaku yang kurang baik menuju perilaku yang lebih positif.
- d. Perubahan sosial (social change), yaitu upaya membangun dan memperkuat hubungan sosial dengan pihak lain sehingga tercipta hubungan yang lebih baik dalam masyarakat.

Selain tujuan tersebut, komunikasi organisasi publik juga memiliki beberapa tujuan strategis, yaitu:

- a. Menyampaikan informasi kepada publik;
- b. Mendukung percepatan proses pengambilan keputusan;
- c. Mendorong terbentuknya perilaku komunikasi publik yang baik;
- d. Memfasilitasi pertukaran informasi;
- e. Memberikan respons yang cepat terhadap kebutuhan pelayanan publik.

Untuk mewujudkan tujuan komunikasi organisasi publik secara efektif, beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Meningkatkan pemahaman mengenai teknik komunikasi yang baik dan efektif;
- b. Mengembangkan kemampuan dan keterampilan dalam berkomunikasi secara efektif;
- c. Membentuk sikap serta perilaku komunikasi yang baik dalam setiap aktivitas organisasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang peran humas dalam penyebaran informasi kebijakan dan program kerja

kementerian pada Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri, dimana hasil menunjukkan bahwa penyebarluasan informasi publik adalah proses menyampaikan informasi yang dihasilkan oleh badan publik kepada masyarakat secara terbuka, akurat, dan mudah diakses. Tujuannya adalah agar masyarakat memperoleh informasi yang benar dan dapat berpartisipasi dalam proses pengambilan kebijakan. Media sosial menjadi salah satu media strategis untuk menyebarkan informasi publik karena memiliki jangkauan yang luas. Penggunaan media sosial oleh institusi pemerintah memudahkan publik untuk memperoleh berbagai informasi terkait kebijakan, program, serta urusan lainnya secara cepat dan efisien. Penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah sejalan dengan PermenPANRB Nomor 83 Tahun 2012 dimana pemanfaatan media sosial dilakukan sebagai sarana komunikasi dua arah antara instansi pemerintah dan masyarakat.

Adapun dasar hukum yang menjadi pedoman penyebaran informasi kebijakan dan program di Kementerian Dalam Negeri tertuang pada: Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik; Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah; Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik; Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengelolaan Pelayanan Informasi dan Dokumentasi Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah; serta Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Kehumasan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.

Peran Humas dalam penyebarluasan informasi kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri adalah sebagai communicator, relationship, back-up management, dan good image marker. Dalam hal ini Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri menjadi jembatan komunikasi dengan masyarakat. Pusat Penerangan melakukan penyusunan strategi komunikasi publik, membuat dan menyebarkan siaran pers, berita, dan konten digital, menjalin hubungan dengan media massa, melakukan monitoring opini publik dan pemberitaan media, serta membangun citra positif kementerian.

Faktor pendukung keberhasilan penyebarluasan informasi kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri, antara lain adanya dasar hukum dan kelembagaan yang jelas melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan peraturan turunannya, pemanfaatan teknologi dan platform digital yang andal melalui media sosial, keberadaan sumber daya manusia yang kompeten, serta sinergi dan kemitraan dengan rekan-rekan media. Sementara itu faktor penghambat penyebarluasan informasi kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri, adalah proses birokrasi dan koordinasi yang panjang sehingga informasi terlambat disampaikan, keterbatasan sumber daya manusia di bidang komunikasi publik, kendala teknis seperti jaringan internet atau peralatan yang tidak optimal, dan rendahnya literasi informasi sebagian masyarakat sehingga pesan kurang terserap.

Selanjutnya upaya mengoptimalkan peran Humas dalam penyebarluasan informasi kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri, dapat dilakukan dengan cara mengembangkan kemampuan SDM Humas melalui

pelatihan dan peningkatan kompetensi; memanfaatkan teknologi komunikasi dan mengikuti tren media sosial yang relevan; menciptakan inovasi dalam pengemasan informasi yang menarik dan mudah dipahami; memperkuat jaringan kerja sama dengan media massa, komunitas, dan influencer public; serta mempercepat alur koordinasi internal agar informasi dapat disampaikan tepat waktu.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:

Peran Humas dalam penyebarluasan informasi kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri adalah sebagai communicator, relationship, back-up management, dan good image marker. Dalam hal ini Pusat Penerangan Kementerian Dalam Negeri menjadi jembatan komunikasi dengan masyarakat. Pusat Penerangan melakukan penyusunan strategi komunikasi publik, membuat dan menyebarkan siaran pers, berita, dan konten digital, menjalin hubungan dengan media massa, melakukan monitoring opini publik dan pemberitaan media, serta membangun citra positif kementerian.

Faktor pendukung keberhasilan penyebarluasan informasi kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri, antara lain adanya dasar hukum dan kelembagaan yang jelas melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan peraturan turunannya, pemanfaatan teknologi dan platform digital yang andal melalui media sosial, keberadaan sumber daya manusia yang kompeten, serta sinergi dan kemitraan dengan rekan-rekan media. Sementara itu faktor penghambatnya, adalah proses birokrasi

dan koordinasi yang panjang sehingga informasi terlambat disampaikan, keterbatasan sumber daya manusia di bidang komunikasi publik, kendala teknis seperti jaringan internet atau peralatan yang tidak optimal, dan rendahnya literasi informasi sebagian masyarakat sehingga pesan kurang terserap.

Upaya mengoptimalkan peran Humas dalam penyebarluasan informasi kebijakan dan program kerja Kementerian Dalam Negeri, dapat

dilakukan dengan cara mengembangkan kemampuan SDM Humas melalui pelatihan dan peningkatan kompetensi; memanfaatkan teknologi komunikasi dan mengikuti tren media sosial yang relevan; menciptakan inovasi dalam pengemasan informasi yang menarik dan mudah dipahami; memperkuat jaringan kerja sama dengan media massa, komunitas, dan influencer public; serta mempercepat alur koordinasi internal agar informasi dapat disampaikan tepat waktu.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Linggar. (2016). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Budi, Subandriyo. (2020). *Bahan Ajar Teknik Komunikasi Publik*. Jakarta.
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph A. (2019). *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (2018). *Humas Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Guba, E.G. (2010). *The Paradigm Dialog*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hamidi. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Iriantara, Yosol. (2016). *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Karyaningsih, Ponco Dewi. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Kusumastuti. (2017). *Dasar Dasar Humas*. Jakarta: Ghaila Indonesia.
- Lattimore, dkk. (2015). *Public Relations, Edisi 3 Profesi Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Moore, Fraizer. (2017). *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, MA. (2018). *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Mukarom, Zaenal dan Muhibudin Wijaya Laksana. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik*, 1st ed. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasution, Ahmad Riswan. (2020). *Bahan Ajar Teknik Komunikasi Publik*.
- Nasution. (2015). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.