

Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram

Aat Ruchiat Nugraha¹, Diah Fatma Sjoraida²,
Lukiati Komala Erdinaya³, Kokom Komariah⁴
^{1,2,3,4}Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

ABSTRAK

Komunikasi dalam pelayanan publik menempati peranan yang sangat penting pada masa revolusi industri 4.0. Pentingnya komunikasi publik ini ditandai dengan semakin strategisnya penyampaian dan penyebaran informasi tata kelola pemerintahan yang dilakukan oleh bagian Humas Pemerintah dengan tujuan agar dapat mengubah paradigma masyarakat terhadap kinerja lembaga pemerintah menjadi lebih positif dan solutif. Melalui komunikasi pemerintahan yang didukung dengan penerapan teknologi media digital merupakan alternatif utama dalam menghadapi era milenial yang sangat kompetitif dan interaktif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis data secara deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah telah bergeser secara “ekstrim” akibat penetrasi teknologi informasi yang harus segera diwujudkan secara optimal dalam melayani masyarakat dalam bentuk pemanfaatan media digital, salah satunya Instagram. Pemilihan aplikasi Instagram ini oleh sebagian besar pelaku Humas Pemerintah Kabuptaen/Kota di Jawa Barat dikarenakan aplikasi Instagram sejalan dengan semangat dan nilai-nilai kehumasan yang selalu menyampaikan informasi-informasi yang positif kepada publiknya. Simpulan menunjukkan bahwa komunikasi pemerintahan melalui aplikasi teknologi informasi berupa media sosial Instagram dapat menjadi alternatif media komunikasi dalam membangun hubungan publik dan upaya *branding* lembaga pemerintah di lingkungan kabupaten/kota dalam membentuk *positioning* yang kuat di benak publik sehingga kabupaten/kota dapat dikenal secara luas.

Kata-kata Kunci: Komunikasi; pelayanan publik; *branding*; humas pemerintah; Instagram

Government public relations in West Java district/regency through digital media Instagram

ABSTRACT

Communication in public service plays a significant role during the industrial revolution of 4.0. The increasingly strategic delivery marks the importance of public communication and dissemination of governance information carried out by the Government Public Relations to change the community paradigm for government institutions' performance to be more positive and solutive. Through government communication supported by digital media, technology is an effective alternative in the face of a highly competitive and interactive semilinear era. This study uses a qualitative method with a descriptive data analysis approach and data collection techniques through interviews, observation, and literature studies. The results showed that the communication carried out by Government Public Relations has shifted in an “extreme” way due to the penetration of information technology that must be accomplished optimally in serving the public in the form of digital media utilization, one of which is Instagram. The selection of this Instagram application by most public relations practitioners of the regency/city government in West Java is because the Instagram application is in line with the spirit and values of public relations who always convey positive information. The conclusion shows that government communication through the application of information technology in the form of social media, as in Instagram, can be an alternative communication media in building public relations and branding efforts of government institutions in the district/regency environment, forming secure positioning in the public mind so that the district/city can be widely known positively.

Keywords: Communication; public service; branding; government public relations; Instagram

Korespondensi: Aat Ruchiat Nugraha, S.Sos., M.Si. Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung-Sumedang Km.21 Jatinangor. Email: ruchiat@unpad.ac.id.

PENDAHULUAN

Di era keterbukaan informasi yang banyak mempergunakan teknologi, layanan publik dari suatu lembaga pemerintahan idealnya dapat berpijak pada paradigma kompetitif. Artinya, penyelenggaraan pelayanan publik sekarang ini tidak sekedar menempatkan publik sebagai objek layanan, namun lebih dari itu mendorong peran aktif publik dalam memandang kualitas dan kepuasan terhadap layanan dari suatu organisasi. Terkait dengan layanan publik, Hutasoit mendefinisikan bahwa pelayanan publik adalah pelayanan yang dilakukan oleh birokrasi pemerintah atau lembaga lain yang tidak termasuk badan usaha swasta dan tidak berorientasi profit (Hutasoit, 2011).

Oleh karena itu, masalah pelayanan publik dari waktu ke waktu selalu menjadi isu hangat yang terus dimunculkan oleh masyarakat terhadap pemerintah. Salah satu jenis layanan publik yang dilakukan oleh pihak pemerintah adalah terkait dengan kebutuhan dasar akan informasi dan komunikasi yang terbuka. Dalam upaya memenuhi tuntutan pelayanan informasi bagi publik, lembaga pemerintah telah membentuk bagian atau pusat layanan informasi dan komunikasi yang tergabung dalam Bagian Humas maupun Pejabat Pengelola Informasi Publik (PPID) yang berada di setiap Dinas/Badan dan atau Unit Pelaksana Teknis Pemerintahan baik di pusat maupun daerah yang merupakan amanat dari Undang-undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Saat ini, tatanan pelaksanaan layanan publik yang dilakukan oleh pihak pemerintahan sebagian besar masih mengalami fluktuasi penilaian dari masyarakat yang terkategori baik/puas atau sebaliknya. Padahal, penataan komunikasi antara lembaga pemerintahan dengan publik menjadi bagian integral dalam proses pembenahan layanan publik yang awalnya masih bersifat konvensional menjadi berbasis teknologi. Oleh karena itu, para pelaku dan penyelenggara layanan publik perlu memerlukan transformasi layanan publiknya bukan sekedar mengedepankan identitas institusi tetapi harus berada pada tataran implementasi layanan komunikasi dan informasi.

Penataan ini sejalan dengan ruang lingkup humas, khususnya humas di lembaga pemerintahan yang langsung berhubungan

dengan kebutuhan dasar masyarakat mengenai isi suatu informasi/berita. Dari penataan komunikasi ini, tentunya lembaga pemerintahan memerlukan humas selaku komunikator dan fasilitator yang dapat menjelaskan tujuan dan sasaran dari suatu layanan publik yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Salah satu fungsi humas di lembaga pemerintahan adalah menjalankan pelayanan informasi publik dan menindaklanjutinya dalam berbagai bentuk aktivitas komunikasi, hal ini dilakukan melalui upaya mempertahankan maupun meningkatkan dukungan publik, persepsi, citra, dan reputasi lembaga yang positif. Layanan informasi ini diwujudkan oleh pemerintah dengan menyediakan akses informasi publik bagi masyarakat melalui saluran yang telah ditentukan. Pelaksana dan pengelola informasi komunikasi di lembaga pemerintahan menyelenggarakannya dengan memposisikan fungsi humas sebagai komunikator lembaga dalam upaya pencitraan kinerja pemerintah dan badan-badan atau unit-unit teknis penyelenggaraan layanan publik.

Kondisi layanan publik di bidang informasi dan komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan selama ini masih terbatas secara sumber daya manusia, infrastruktur maupun tata kelola organisatorisnya. Hal ini seiring dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa akibat keterbatasan anggaran dan prioritas pembangunan di daerah, lembaga pemerintah pada unit teknis di sektor informasi dan komunikasi kurang menjadi perhatian utama lembaga eksekutif dan legislatif (Rumra, 2014).

Sebagian besar fakta menunjukkan bahwa kondisi humas pemerintahan selama ini hanya menjadi bagian yang “dikebiri” dan “petugas pemadam kebakaran” di saat krisis melanda lembaga. Kondisi ini telah menjadikan humas pemerintahan kurang berdaya dan selalu “dianaktirikan”. Padahal, apabila melihat fungsi, peran, dan tugasnya, humas terlihat memiliki beban yang sangat berat untuk dapat menjaga nama baik suatu lembaga di hadapan publiknya. Berdasarkan hasil telaahan mengenai teori dan konsep humas, tugas dan fungsi kehumasan sangat strategis dalam mengelola kelompok publik atau individu yang harus dilayani dengan berbagai kepentingannya. Maka dari itu, bagian Humas di lembaga pemerintahan harus memiliki suatu pola kinerja dan strategi khusus

pencapaian kinerja kehumasan apalagi terkait dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang kini sudah mencapai era generasi keempat (4.0) menjadi sangat penting.

Perkembangan teknologi telah mengubah persepsi pendayagunaan teknologi informasi, tidak hanya meningkatkan efektivitas dan efisiensi tetapi juga untuk keunggulan bersaing suatu organisasi (Sedarmayanti, 2018). Teknologi informasi merupakan hal utama dalam mendukung terlaksananya komunikasi pemerintahan yang efektif, efisien, berkeadilan, dan akuntabel. Melalui implementasi teknologi informasi di saat ini yang telah menembus sekat-sekat dalam suatu organisasi, baik internal maupun eksternal, termasuk di lembaga pemerintahan. Adanya penggunaan teknologi informasi pada lembaga pemerintahan diharapkan dapat menjadi dasar merevitalisasi pelaksanaan tugas dan fungsi pengelolaan kebijakan/pemberian pelayanan yang baik sebagai respon atas perubahan zaman yang dapat menuntut terwujudnya pelayanan publik yang prima bagi masyarakat.

Saat ini keberadaan pelayanan publik prima di lembaga pemerintahan terkait dengan sektor layanan komunikasi dan informasi masih terbatas karena para pegawai/pelaku komunikasi publik (humas) masih bersifat kultural, moderat, dan kurang inovatif dalam melaksanakan aktifitas komunikasi. Kondisi ini telah menyebabkan gerak sumber daya organisasi kehumasan menjadi agak kaku dan kurang dinamis. Secara normatif aspek kultural yang dimiliki oleh bagian komunikasi publik/humas di lembaga pemerintahan selama ini terkait pada permasalahan rutinitas dan budaya kerja. Dimana salah satu bentuk rutinitas kerja humas di lembaga pemerintahan terkait dengan manajemen pengelolaan dan penyampaian informasi serta sosialisasi/publikasi program maupun kebijakan dari pimpinan lembaga untuk disampaikan ke masyarakat melalui saluran publik tertentu. Hasil dari penggunaan dan pemanfaatan saluran media publik biasanya dapat menjadi tolak ukur humas pemerintahan yang berupa berita yang dimuat di media massa yang berdasarkan hasil dari *press release* maupun konferensi pers.

Di sisi lain, implementasi kegiatan layanan komunikasi dan informasi lembaga pemerintahan memiliki stigma yang menjadi "*brand positioning*" bagi pelaksanaan aktifitas

humas dalam melaksanakan tugas dan fungsinya yang sering dikaitkan dengan sangat birokratif dan kurang "lincah". Hal ini biasa dilakukan oleh beberapa lembaga pemerintahan yang memiliki biro/bagian/bidang/subbidang/seksi humas dalam melaksanakan diseminasi informasi kegiatan lembaga pemerintahan untuk disampaikan ke masyarakat. "Keterkekangan" komunikasi pemerintahan yang dilakukan oleh bagian humas dalam melayani layanan komunikasi dan informasi publik telah menjadi kekhawatiran bagi masyarakat/publik dalam hal mendapatkan informasi dan jalinan komunikasi yang valid, cepat, dan akurat dari lembaga pemerintahan mengenai informasi kebutuhan dasar masyarakat.

Posisi masyarakat menjadi sasaran utama dalam penyampaian informasi bagi lembaga pemerintahan karena masyarakat telah mengamanatkan pengaturan kebutuhan pokok kehidupannya kepada pemerintah sebagai pengatur dan penjamin kebijakan. Sehingga wajar apabila "hati" masyarakat sering menjadi arena perebutan untuk memperoleh kekuasaan di lembaga pemerintahan di era demokrasi yang didukung oleh teknologi digital seperti sekarang ini.

Terlepas dari hasil capaian kinerja yang dilakukan oleh humas lembaga pemerintahan, aturan keterbukaan informasi publik melalui Undang-undang No. 14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik telah merevitalisasi peran humas pemerintahan, komunikasi publik secara organisatoris dihadapkan pada persoalan-persoalan internal kelembagaan baik yang menyangkut reformasi birokrasi, transparansi, dan akuntabilitas menuju *clean governance*. Di sisi lain, persoalan koordinasi serta komunikasi dengan berbagai publik yang sangat beragam kepentingannya telah menjadikan humas di lembaga pemerintahan harus dapat beradaptasi dan kreatif dalam menghadapi situasi perubahan lingkungan yang kini sangat dinamis. Apabila merujuk pada kondisi sekarang ini, posisi dan peran humas, khususnya di lembaga pemerintahan, memerlukan suatu perubahan secara konstruktif dengan tidak menghasilkan dampak yang dapat mendemotivasi para pelaku humas di era perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih, terutama terkait dengan cara berkomunikasi lembaga humas pemerintahan dengan

publiknya.

Dukungan terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi canggih merambah pada pemanfaatan media komunikasi dan menyebabkan tergesernya peranan para pelaku humas untuk dapat berkomunikasi secara konvensional dengan publiknya. Maka dari itu, diperlukan suatu adaptasi budaya kerja yang harus ditunjang oleh para praktisi humas di lembaga pemerintahan yang berwawasan teknologi untuk dapat menjelajahi era informasi di revolusi industri 4.0 secara bertahap agar tercapai ritme dan kinerja humas yang sesuai dengan tuntutan zaman. Oleh karena itu, bagi pelaksana atau penyelenggara pemerintahan, terkait dengan era industri 4.0 yang berbasiskan pada informasi teknologi, keterbukaan informasi publik ini menuntut suatu keterbukaan atas penyelenggaraan negara, sehingga negara diharapkan dapat terlaksana secara bersih dan berwibawa yang terbebas dari korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN).

Berdasarkan prasarvei, rerata data menyebutkan bahwa keberadaan humas di lembaga pemerintahan selalu mendapat nilai dengan kategori negatif dari masyarakat karena kurang proaktif, kurang sensitif, dan kurang *aware* dalam menghadapi kebutuhan informasi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dan restrukturisasi penempatan sumber daya manusia di bidang kehumasan agar dapat menjalankan peran dan fungsi humas di lembaga pemerintahan dalam menghadapi era persaingan “perang” informasi yang semakin tidak terbatas berdasarkan pengetahuan, keahlian, dan pengalaman di bidang kehumasan. Apalagi Humas pemerintah yang ada di daerah (kabupaten/kota) yang seyogianya tidak lagi sekadar sebagai corong (penyampai informasi) lembaga/pimpinan mengenai rutinitas kegiatan pemerintahan kepada masyarakat, dan juga bukan hanya terus membela dan “menghilangkan” keburukan/aib pemerintah dari kritik publik (Mulyana, 2001). Di sisi lain, posisi masyarakat sekarang merupakan masyarakat yang melek terhadap cara untuk memproduksi, mendapatkan, mengelola, dan berbagi informasi dari berbagai *platform* media/*channel* komunikasi yang tersedia seperti sekarang ini, khususnya media jejaring sosial.

Menyikapi kondisi sosial masyarakat yang semakin kritis terhadap layanan pemerintahan,

maka apabila transformasi dari kinerja yang bersifat konvensional menuju digital tidak secepatnya dilakukan tentunya akan menjadi penghambat kemajuan bagi suatu organisasi. Lembaga pemerintahan yang memiliki tugas utama untuk melayani kebutuhan dasar masyarakat tentunya harus sesegera mungkin mengadopsi pola informasi dan komunikasi yang awalnya bersifat linier berubah menuju pola interaktif dan berkelanjutan.

Hal ini menjadi penting karena peranan komunikasi dan penyebaran informasi mengenai layanan dasar masyarakat yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan menjadi tugas bagian humas sebagai bagian dari tuntutan keterbukaan informasi publik. Berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor: 371/KEP/M. KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintahan Pasal 6, disebutkan bahwa:

“humas pemerintah adalah segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi/lembaga dalam usaha membina hubungan yang harmonis dengan khalayak internal dan eksternal dan membina martabat instansi/pemerintahan dalam pandangan khalayak internal dan eksternal guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerja sama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsi”.

Maka, sekarang ini diperlukan suatu “terobosan” yang kreatif untuk mengantisipasi kinerja humas lembaga pemerintah yang telah mulai menggunakan pendekatan komunikasi dan kinerja pola pikir humas pemerintah di era revolusi industri 4.0 yang sudah ada di depan mata terkait dengan keterbukaan informasi publik. Terutama pada implementasi peran strategis humas pemerintah dalam menjaga martabat lembaga di kalangan publik internal dan eksternal. Karena itu, secara tersurat maupun tersirat, humas pemerintah yang di daerah harus benar-benar dapat menjadi “corong” yang ideal dan profesional serta yang mendapatkan dukungan dari pimpinan dalam melaksanakan tupoksinya secara maksimal (Rahman & Sjoraida, 2017).

Berdasarkan latar belakang di atas, humas di lembaga pemerintahan yang dihadapkan pada tantangan era revolusi industri 4.0 harus melakukan pengelolaan informasi dan

komunikasi dengan berbagai kepentingan publik, sehingga akses dan aspirasi publik dapat dilayani dan dikelola secara profesional dan proporsional. Hal ini menuntut adanya suatu kajian untuk dapat menggambarkan dan menjelaskan mengenai komunikasi pemerintah yang dilakukan oleh humas pemerintah kota/kabupaten melalui media digital dalam menghadapi perkembangan masyarakat pada era revolusi industri 4.0, khususnya dalam penggunaan media sosial Instagram.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan teknik pengumpulan data primer melalui pengamatan lapangan, wawancara dan *focus group discussion* (FGD) dengan para pimpinan dan staf humas/bidang layanan informasi publik di setiap lembaga pemerintahan tingkat kabupaten/kota serta studi literatur. Penelitian deskriptif ini digunakan dengan maksud untuk menggambarkan serta menjelaskan proses komunikasi yang dilakukan lembaga pemerintah dalam menyampaikan informasi seputar layanan publik dan sejenisnya serta fenomena komunikasi lainnya yang menggunakan media digital secara objektif. Secara konseptual penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk membuat gambaran (deskripsi) secara sistematis, faktual, dan akurat, tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu (Kriyantono, 2009).

Sampel atau informan diambil melalui teknik purposif (disengaja dipilih) yang diperkirakan dapat mewakili populasi penelitian dan sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Adapun karakteristik informan penelitian ini adalah para pimpinan dan staf/pegawai humas/layanan informasi publik yang terlibat dalam pelaksanaan pelayanan informasi publik yang secara struktur organisasi dapat berada di Diskominfo maupun terpisah dari Diskominfo berdasarkan perda dari masing-masing tingkat kabupaten/kota di Jawa Barat.

Pengambilan informan merupakan bagian dari teknik pengambilan sampel data yang melibatkan anggota dari kumpulan objek dan subjek penelitian. Ukuran jumlah informan bukan yang menjadi utama melainkan berdasarkan kekayaan dan kedalaman informasi

yang disampaikan oleh informan (Pujileksono, 2016). Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif ini bersifat *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Peneliti berusaha mengambil orang-orang yang benar-benar terpilih berdasarkan ciri-ciri secara organisatoris, kompetensi dan pengalaman di bidang kehumasan pada lembaga pemerintahan daerah kabupaten/kota.

Berdasarkan karakteristik sampel di atas, diperoleh 24 orang pimpinan dan staf/pegawai humas yang ada di kabupaten/kota provinsi Jawa Barat, pada tabel 1.

Dalam rangka mempermudah penelitian dibuatkan kerangka kerja teoritis, yang didefinisikan sebagai landasan teoritis yang menjadi dasar bagi peneliti dalam melakukan penelitiannya (Sarosa, 2017). Kerangka teoritis ini berguna bagi peneliti dalam melakukan penelitian sebagai panduan bagi peneliti mengenai konsep/kategori, variabel, dan indikator dengan telaahan literatur.

Uji keabsahan data hasil penelitian dilakukan dengan menggunakan triangulasi. Proses triangulasi dapat dilakukan secara terus menerus sepanjang proses mengumpulkan data dan analisis data, sampai suatu saat peneliti yakin bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan-perbedaan, dan tidak ada lagi yang perlu dikonfirmasi kepada informan. Adapun triangulasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menguji pemahaman peneliti dengan pemahaman informan tentang hal-hal yang terkait dengan tugas, wewenang, peran, serta analisis SWOT kinerja humas pemerintahan di era revolusi industri 4.0 yang diinformasikan informan kepada peneliti.

Uji pemahaman ini dilakukan melalui wawancara, kemudian dibuatkan dalam bentuk draft laporan, dan laporan akhir untuk mengonfirmasikan berbagai informasi terkait kinerja humas dalam menggunakan media digital di era industri 4.0. Hal ini sesuai dengan tradisi dalam penelitian kualitatif yang menyebutkan bahwa untuk menguji keabsahan informasi pada penelitian kualitatif tidak dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistik sehingga substansi kebenaran tergantung pada kebenaran intersubjektif (Bungin, 2007).

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang berasal

Tabel 1 Informan Penelitian

No.	Lembaga	Jumlah Informan (Org)
1	Diskominfo Provinsi Jawa Barat	3
2	Diskominfo Kab. Tasikmalaya	1
3	Diskominfo Kota Bandung	1
4	Diskominfo Kab. Bogor	1
5	Bakesbangpol Kab. Pangandaran	1
6	Diskominfo Kab. Cirebon	1
7	Diskominfo Kab. Kuningan	1
8	Diskominfo Kab. Majalengka	2
9	Diskominfo Kab. Indramayu	1
10	Diskominfo Kota Cimahi	1
11	Diskominfo Kota Banjar	1
12	Diskominfo Kab. Bandung Barat	1
13	Diskominfo Kab. Bekasi	1
14	Diskominfo Kab. Garut	1
15	Diskominfo Kab. Subang	1
16	Diskominfo Kota Bekasi	1
17	Diskominfo Kab. Purwakarta	1
18	Humas Setda Kab. Pangandaran	1
19	Bakesbangpol Kota Bogor	1
20	Diskominfo Kota Cirebon	1
21	Humas Setda Provinsi Jawa Barat	1

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 - 2020

dari observasi terhadap kegiatan kehumasan yang ada di lingkungan pemerintahan kabupaten/kota dan kegiatan wawancara, serta fgd dengan para pimpinan/staf humas pemerintahan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen yang terkait dengan humas pemerintahan, serta literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penggunaan

media digital. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, teknik wawancara, teknik pencatatan, dan kategorisasi dengan menggunakan angket sebagai media survei terhadap aktifitas kehumasan di lembaga pemerintahan selama ini, khususnya yang terkait dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2007). Sehingga pengujian validitas data penelitian kualitatif bisa dengan cara *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (objektivitas). Adapun uji validitas dalam penelitian ini menggunakan tipe kredibilitas data melalui perpanjangan pengamatan dan peningkatan ketekunan dalam penelitian di lingkungan Humas Pemerintahan. Sedangkan realibilitas dalam penelitian kualitatif bersifat majemuk, dinamis, sehingga tidak ada yang konsisten dan berulang seperti semula. Artinya reliabilitas dalam penelitian ini didapatkan dengan cara terus menerus mengamati perilaku dan aktivitas Humas pemerintahan yang ada di lembaga pemerintahan daerah kabupaten/kota yang terpantau pada media digital Instagram.

Dalam penelitian kualitatif data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang beraneka ragam dan dilakukan secara terus menerus sampai mencapai tingkat kejenuhan data yang didapat (Sugiyono, 2007). Lebih jauh, Bogdan menyebutkan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2007).

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis sebelum di lapangan yang tercermin dalam identifikasi/fokus masalah penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan analisis selama di lapangan dengan menggunakan model Miles dan Huberman yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Miles, Huberman, & Saldana, 2014), yang diterjemahkan oleh peneliti dengan melakukan

wawancara berdasarkan pedoman wawancara dan pedoman observasi yang dibuat dan dianalisis sampai mencapai tingkat kejenuhan data dan diperoleh data yang dianggap kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era teknologi komunikasi dan informasi, humas pemerintah dituntut bergerak cepat dalam mengisi ruang informasi publik. Informasi yang beredar cepat di masyarakat jangan sampai menjadi batu sandungan pemerintah dalam menjalankan roda pembangunan. Para insan humas pemerintahan pun dituntut bekerja keras dalam menyampaikan informasi terkait hal yang sudah dilakukan. Kinerja pemerintah tidak akan bermakna apabila tidak disampaikan dengan baik kepada publik. Untuk itu, kearifan dan keprofesionalan lembaga pemerintah di sektor layanan publik komunikasi dan informasi yang berpihak pada kepentingan publik menjadi sangat penting bahkan dikembangkan berdasarkan semangat kreatif dan inovatif.

Terkait dengan perkembangan transformasi teknologi informasi dan komunikasi, Humas di lembaga pemerintahan yang ada di lingkungan pemerintahan daerah Jawa Barat secara bertahap mulai berubah. Kegiatan bagian Humas kini identik dengan layanan komunikasi publik yang profesional yang mengerti mengenai seluk beluk proses tupoksi lembaga pemerintahan yang menaungi dengan segala perniknya.

Kondisi ini terlihat dari hasil wawancara dengan staf Humas Kabupaten Pangandaran, Wildan Syahrizal yang menyebutkan bahwa:

“...untuk mendapatkan informasi dan jalinan komunikasi dengan masyarakat, media digital kini menjadi alat utama untuk dapat mencapai sasaran pesan yang diinginkan oleh Pemerintah Kabupaten Pangandaran dalam upaya diseminasi pesan agar terbentuk reputasi positif lembaga”.

Hal yang sama dikemukakan oleh Asep Kurniawan selaku staf Diskominfo Kabupaten Tasikmalaya yang menyatakan bahwa:

“...di era sekarang (teknologi informasi) efektifitas penyebaran informasi dapat dilakukan melalui media sosial”.

Sedangkan menurut Febry Badrul Munir dari staf Diskominfo Kabupaten Majalengka

mengatakan bahwa:

“...tipe media sosial lah yang cocok untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat melalui penyampaian sosialisasi kebijakan pemerintah. Selain itu, Instagram dapat menjadi media untuk membranding lembaga”.

Selanjutnya, Yanyan Agus Supianto yang berasal dari Staf Diskominfo Kabupaten Garut menyebutkan bahwa:

“...penyebaran informasi yang dilakukan oleh pemerintah dapat menjadi media membangun komunikasi dengan masyarakat untuk mengetahui harapan dan keinginan masyarakat”.

Hasil wawancara dengan informan di atas sesuai dengan hasil kajian yang menyebutkan bahwa penyebaran informasi oleh bagian humas/pelayanan informasi dan komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang berfungsi sebagai perantara dalam upaya membangun suasana yang sangat kondusif dalam rangka *win-win solution stakeholder* organisasi, baik internal maupun eksternal dalam rangka membangun citra dari institusi pemerintah (Purwindra, 2016).

Keberadaan informasi yang bersifat global dan saling terhubung serta dikombinasikan dengan tren teknologi digital dapat membawa inovasi baru di dunia organisasi, termasuk lembaga pemerintahan (birokrasi) yang mau tidak mau harus berevolusi ke dalam ekosistem digital. Fungsi digital ini telah membawa posisi humas sebagai bagian dari ekosistem koalisi manajemen puncak yang perlu mempertahankan kompetensi di bidang teknologi dengan mendefinisikan kembali keterampilan baru dan sifat-sifat yang harus dikuasai agar sukses di masa depan sebagai humas pemerintahan yang profesional dan inovatif. Kolaborasi dan saling ketergantungan dengan pihak lain, bahkan dengan pesaing, telah menjadi prasyarat kesuksesan dewasa ini.

Dengan demikian, Humas pemerintah khususnya akan memiliki akses penting untuk memastikan transparansi dan kinerja dalam melayani publik (masyarakat). Teknologi dan dunia digital tidak harus dilihat sebagai ancaman, tapi justru sebagai peluang yang bisa mendorong produktivitas dan efisiensi ke level baru. Kondisi itulah yang dapat

memaksa Humas pemerintahan untuk tidak selalu melakukan respons berlebihan terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, akan tetapi harus mampu mewarnai perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut secara optimal, transparan, dan kredibel. Jika prosesnya bisa dibalik, teknologi informasi dan komunikasi harus mendengarkan preposisi Humas agar tidak berkembang ke arah yang destruktif dan tidak bisa dipertanggungjawabkan. Sebagaimana hal ini ditunjang oleh hasil penelitian yang menyebutkan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat harus disikapi sebagai peluang dan tantangan yang perlu diantisipasi dengan jalan menyiapkan perangkat dan sistem jaringan teknologi informasi yang dapat dengan mudah diakses dan dimanfaatkan bagi kesejahteraan masyarakat (Anggrahini, Rochayanti, & Sosiawan, 2014).

Di era yang serba digital atau dengan istilah era industri 4.0 ini memudahkan sebagian orang untuk mencari, mengakses, dan memenuhi segala kebutuhan hidupnya dengan lebih praktis, efektif, dan efisien menggunakan media sosial. Adanya perubahan perilaku masyarakat yang lebih sering menggunakan media sosial dapat menjadikan tingkat agresifitas publik terhadap suatu fenomena sosial kian intens dan sangat cepat menjadi viral di masyarakat. Sedemikian masif dan maraknya penggunaan media sosial sekarang oleh berbagai kalangan masyarakat yang ingin “memviralkan” suatu fenomena, dapat menjadi tantangan baru bagi humas pemerintahan. Tidak terkendalinya sistem tata kelola informasi di masyarakat menyebabkan suatu lembaga, khususnya pemerintah membutuhkan sosok yang kompeten di bidang pelayanan informasi dan komunikasi publik atau humas untuk menyajikan narasi tunggal mengenai kinerja pemerintahan.

Bermodalkan dukungan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan humas di lembaga pemerintahan menjadi lebih “bebas” dalam melakukan komunikasi dengan publiknya. Hal ini menandakan bahwa bagian humas di lembaga pemerintahan yang melayani bidang informasi dan komunikasi publik harus dapat berkolaborasi secara sumber daya manusia maupun teknologi. Kebutuhan ini terutama, dalam rangka menyampaikan narasi-narasi optimisme mengenai capaian kinerja tata

kelola pemerintahan yang disampaikan oleh bagian humas ke masyarakat luas.

Apabila merujuk pada masa sebelum era digital, kegiatan humas di lembaga pemerintahan biasanya berperan sebagai pemain tunggal karena tupoksi humas yang sangat terbatas pada pembuatan *press release*. Namun, dengan adanya perangkat multimedia yang telah dijadikan sebagai “senjata utama” oleh para humas di berbagai organisasi, termasuk lembaga pemerintahan untuk dapat mempersuasi target khalayaknya. Maka, keterampilan seorang humas perlu ditingkatkan agar tercapai kompetensi yang profesional.

Melalui mekanisme pembuatan, pengelolaan, dan penyebaran informasi layanan publik dan capaian pembangunan lembaga pemerintahan, para humas di kabupaten/kota yang ada di Jawa Barat khususnya, kini lebih menyukai penggunaan dan pemanfaatan media digital berupa Instagram. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Ahmad Kartiwa Darizki yang mengabdikan di Diskominfo Kabupaten Bogor, menyatakan bahwa:

“Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan karena mengandung penetrasi yang tinggi dalam menyampaikan suatu pesan untuk khalayak”.

Pernyataan senada juga disampaikan oleh Yanti Verawati yang bekerja di Diskominfo Kabupaten Subang menyebutkan bahwa:

“...Akun Instagram milik pemerintah kabupaten digunakan dalam upaya menyampaikan informasi pembangunan, *update* berita tentang kegiatan pemerintah daerah”.

Dari dua pernyataan diatas dapat tergambar bahwa media sosial yang menjadi pilihan bagi pemerintah kabupaten/kota dalam menyampaikan informasi yang terkait aktifitas pimpinan, identitas lembaga, kinerja lembaga, maupun hasil pembangunan adalah Instagram. Senada dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa: *as social media are “architected by design to readily support participation, peer-to-peer conversation, collaboration, and community* (media sosial dirancang sebagai media yang siap mendukung



Sumber: Instagram, 2020

Gambar 1 Tampilan Instagram Humas Provinsi Jawa Barat

terhadap partisipasi, percakapan *peer to peer*, berkolaborasi dan komunitas (Meraz, 2009). Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial merupakan hasil dari kemajuan zaman yang dapat mengandung manfaat maupun mudharat secara individu atau organisasi tergantung dari yang mengoperasionalisikannya.

Dengan menampilkan keunggulan fasilitas gambar, isi *chatting*, video, dan *audio-visual live (live streaming)* yang positif membuat *platform* Instagram menjadi pilihan favorit bagi para pelaku humas di lembaga pemerintahan. Kondisi tersebut didukung oleh pernyataan dari hasil penelitian yang menyebutkan bahwa pilihan khalayak lebih banyak menggunakan Instagram dikarenakan salah satu indikator populer tidaknya sebuah foto dalam Instagram dilihat dari jumlah *like* dan jumlah *followers* yang menandakan pesan yang tayang di Instagram semakin memiliki peluang besar untuk dapat dilihat dan menjadi sarana interaksi yang positif bagi komunikator dan komunikan (Subekti, Hafiar, & Bakti, 2020).

Berikut beberapa tampilan komunikasi pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat yang menggunakan Instagram.

Dari gambar 1 menunjukkan bahwa pemerintah provinsi Jawa Barat menampilkan

informasi pada posisi *Instagram story* yang bersifat himbuan pada masyarakat terkait dengan pelaksanaan kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah provinsi. Pemilihan pesan di ruang *Instagram story* dalam waktu 5 detik diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang bersifat menarik bagi khalayak sasaran karena dilengkapi dengan tampilan gambar maupun suara yang harmoni.

Penggunaan suara dan jenis gambar serta tulisan dalam Instagram menjadikan media sosial ini sangat diminati oleh berbagai kalangan. Sebagaimana hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Akhmad Taufiqurrachman, selaku Kassubag Pelayanan Informasi Biro Humas & Keprotokolan Setda Provinsi Jawa Barat yang menyebutkan bahwa:

“...Informasi yang disebar, termasuk di media sosial Instagram dilakukan dengan tujuan untuk meraih *reachment* saat menyampaikan informasi dan dalam upaya menjalin komunikasi dengan media *mainstream* maupun masyarakat”.

Gambar 2 menunjukkan bahwa isi informasi yang disampaikan melalui Instagram selain menampilkan objek gambar sosok pimpinan pemerintah kota yaitu walikota, Instagram



Sumber: Instagram, 2020

Gambar 2 Tampilan Instagram Humas Kota di Jawa Barat

juga dilengkapi dengan narasi (*caption* foto) yang berfungsi untuk menjelaskan isi gambar yang dimuat. Isi informasi yang ditampilkan masih terfokus pada sekitar aktifitas pimpinan pemerintahan yang dikaitkan dengan capaian kinerja. Menurut Nurhayat selaku pegawai di Diskominfo Kota Bandung menyebutkan bahwa:

“...Instagram yang digunakan oleh pemerintah kota Bandung ada yang bersifat menginformasikan jenis informasi yang bersumber dari kegiatan internal dan jenis informasi yang bersifat terusan (meneruskan) informasi dari pemerintah pusat untuk diketahui oleh publik internal dan eksternal pemerintah kota Bandung”.

Gambar 3 menampilkan informasi layanan publik di wilayah kabupaten Purwakarta yang dikelola oleh humas pemerintah kabupaten Purwakarta dan menggunakan domain atau alamat akun Instagram @diskominfoPWK. Ini menandakan bahwa keberadaan fungsi humas pemerintah kabupaten Purwakarta sudah digabungkan dengan Dinas Komunikasi dan Informatika, tepatnya hal ini diungkapkan oleh Yus Djunaedi Rusli selaku orang yang pernah



Sumber: Instagram, 2020

Gambar 3 Tampilan Instagram Humas Kabupaten Purwakarta

menjabat di Humas Setda Kabupaten Purwakarta yang kini menjadi Kepala Bidang Aplikasi dan Telematika Diskominfo Purwakarta.

“Posisi humas sudah tergabung dengan Diskominfo mengandung konsekuensi ruang gerak humas menjadi sempit namun di sisi lain semakin terbuka luas dalam menyampaikan berbagai informasi seputar aktifitas pemerintahan dan masyarakat kabupaten Purwakarta. Yang di mana selama ini ketika humas berada di bagian Setda Pemkab memiliki tugas untuk meliput dan menyampaikan informasi terkait dengan aktifitas seputar pimpinan daerah yaitu Bupati, Wakil Bupati, Sekda, dan Kepala Dinas/Badan”.

Artinya, pemerintah daerah kabupaten/kota masih belum dapat membedakan antara urusan humas sebagai “panca inderanya” lembaga dengan urusan komunikasi dan informatika sebagai lembaga *supporting* terhadap terlaksananya tupoksi humas secara ideal di suatu daerah. Tampilan gambar pada Instagram @diskominfoPWK ini tidak hanya pesan yang terkait dengan layanan publik, tetapi juga alamat-alamat saluran penyampaian informasi

media sosial lainnya selalu disertakan dalam sebuah gambar, yang mengandung informasi seperti nomor *Whatsapps*, akun *Facebook*, dan *Twitter*. Adanya informasi di Instagram membuat publik (masyarakat) dapat membaca pesan dalam sekali waktu dan menyampaikan kembali kepada beragam masyarakat lainnya tanpa bersusah payah untuk terus-menerus mendesiminasikan informasinya oleh pemerintah melalui media *mainstream*. Kondisi ini hampir sama dilakukan juga oleh akun-akun Instagram yang berafiliasi dengan pemerintah kabupaten/kota di Jawa Barat.

Dari gambar 4 dapat dilihat bahwa isi pesan Instagram menyampaikan informasi kebijakan pemerintah kota yang dapat berdampak pada aktifitas di masyarakat. Hal ini dilakukan seiring dengan pernyataan dari Effendi selaku staf Diskominfo Pemkot Bekasi yang mengatakan bahwa:

“...penggunaan media sosial kini banyak digunakan oleh masyarakat dan melalui media sosial akan terbangun hubungan yang mudah antara pemerintah dan masyarakat dalam penyebaran informasi”.

Sedangkan Ringga Perdana dari

Diskominfoantik Kabupaten Bekasi mengatakan pula bahwa:

“...adanya akun Instagram dengan jumlah *follower* 1160 berdasarkan per Februari 2020 dapat menjadi modal komunikasi secara cepat untuk berbagai informasi kebijakan dan program pemerintah kabupaten Bekasi untuk masyarakat”.

Pada umumnya, tampilan informasi dan komunikasi humas-humas kabupaten/kota di Jawa Barat yang menggunakan media sosial telah menunjukkan peran dan fungsi humas pemerintahan sebagaimana mestinya yang tetap masih fokus pada pelayanan informasi bagi masyarakat. Dengan fokus pada pelayanan informasi publik, kini tugas humas memiliki tantangan yang strategis dan sekaligus berat untuk dapat berkontribusi lebih terhadap terwujudnya reputasi lembaga. Peran humas menjadi lebih strategis apabila para pelaku humas mampu memanfaatkan berbagai *platform* media secara maksimal sehingga jangkauan informasi dan komunikasinya semakin luas dan efektif bagi *stakeholders*.

Sementara itu, dalam upaya untuk meningkatkan kualitas informasi, saat ini Humas kabupaten/kota di Jawa Barat tengah melakukan pemetaan informasi dengan tujuan untuk mendapatkan data dan informasi terkait capaian kinerja pemerintah yang perlu dijadikan narasi-narasi positif yang dapat membangun persepsi dan bahkan *branding* dari suatu pembangunan di kabupaten/kota yang ada di Jawa Barat. Semua itu, disajikan dan dijadikan referensi oleh humas/bagian pelayanan informasi dan komunikasi di daerah dalam memahami budaya dan karakter publik yang bernaungkan pada saluran media sosial untuk mendapatkan informasi.

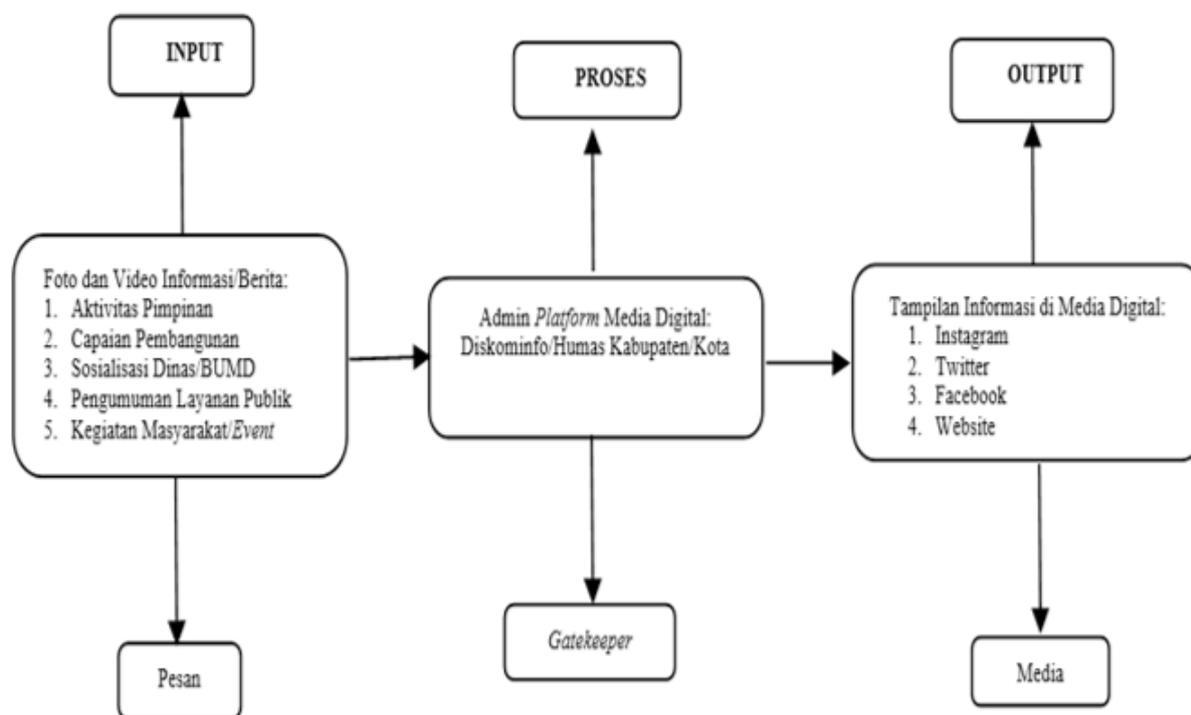
Apabila dilihat dari struktur alur penyampaian informasi dan komunikasi yang dilakukan oleh humas/ bagian pelayanan informasi dan komunikasi kabupaten/kota di Jawa Barat dapat dijelaskan melalui gambar 5.

Berdasarkan gambar 5 terlihat bahwa proses penyampaian informasi dan komunikasi di lembaga pemerintah kabupaten/kota dilakukan langsung oleh Humas/Diskominfo yang berfungsi sebagai *gatekeeper* (penjaga informasi) mengenai pesan untuk masyarakat di media sosial. Adapun isi pesan yang dipublikasikan di media sosial sebagai bentuk



Sumber: Instagram, 2020

Gambar 4 Tampilan Instagram Humas Kota Bekasi



Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Gambar 5 Alur Komunikasi Pemerintahan Kabupaten/Kota Di Jawa Barat Melalui Media Sosial

komunikasi pemerintahan. Ciri spesifik komunikasi pemerintahan adalah isi pesannya mengandung perhatian pada *public affairs*, artinya setiap rencana dan aktifitas dalam penyampaian informasi dan komunikasi harus dapat berdaya guna untuk memecahkan masalah sosial-kemasyarakatan, yang sebagian besar kebijakannya diputuskan oleh pemerintah sebagai pemegang otoritas (Abidin, 2016).

Isi informasi di media sosial Instagram terdiri atas aktifitas pimpinan lembaga pemerintahan (walikota/wakil walikota, bupati/wakil bupati, sekretaris daerah, dan kepala dinas), informasi/pengumuman kegiatan dinas/BUMD, penghargaan kinerja pemerintah daerah, sosialisasi kegiatan masyarakat, informasi pembangunan daerah, dan informasi lainnya yang terkait dengan proses pembangunan di daerah. Keberadaan isi pesan di media sosial ini diproduksi, dikelola, dan dipublikasikan oleh humas/diskominfo yang pada posisi ini menjadi penyaring informasi sebelum informasi akan dipublikasikan ke masyarakat untuk mendapatkan respon.

Informasi yang berupa foto maupun video tentang informasi pemerintahan

daerah kabupaten/kota di-ekspose di media sosial, khususnya di Instagram sebagai kanal komunikasi yang saat ini digandrungi atau menjadi favorit di kalangan milenial karena tidak banyak mengandung unsur ujaran kebencian dan berita bohong/*hoax*. Akun Instagram Pemerintah ini memberikan arahan penyampaian informasi yang bersifat positif untuk direspon oleh netizen.

Berdasarkan alur komunikasi yang terjadi dalam media digital yang digunakan oleh humas/diskominfo kabupaten/kota di Jawa Barat tersebut dapat dianalisis secara model komunikasi linear dua tahap. Apabila mengadaptasi dari model komunikasi dua tahap terhadap fenomena komunikasi pemerintahan ini bahwa informasi yang didapat oleh masyarakat (netizen) yang terdapat di media digital Instagram merupakan hasil dari penyaringan bagian humas/diskominfo lembaga pemerintahan daerah yang berperan sebagai *opinion leader* untuk mempersuasi netizen. Posisi humas di sini hampir sama dengan posisi pemuka pendapat yang berperan sebagai *gatekeeper* informasi berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa para

pemuka pendapat seperti ahli, pemerhati, tokoh masyarakat, pemuka adat, dan narasumber lainnya merupakan sekelompok orang yang aktif menggunakan media massa, termasuk media sosial yang berperan sebagai sumber dan rujukan informasi yang berpengaruh bagi para *followers* (Novianti & Fatonah, 2016).

Dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era industri 4.0 seorang profesionalitas humas di lembaga pemerintahan harus dapat menyesuaikan dengan perilaku kehidupan generasi milenial yang terkait dengan kerjaan humas di saat ini. Dengan memiliki kompetensi di bidang teknologi komunikasi dan informasi, maka seorang humas suatu lembaga telah menerapkan langkah konkrit mengintegrasikan komunikasi (*integration communication*) dalam membangun citra/reputasi lembaga di pandangan masyarakat (Setiawan, 2007).

Melalui tugas pokok yang diemban oleh Humas di lembaga pemerintahan terkait dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang seharusnya dapat mengoptimalkan isi pesan, infrastruktur komunikasi, pelayanan informasi dan komunikasi yang memadai dan profesional, membuka akses komunikasi dua arah dengan berbagai publik baik secara vertikal maupun horisontal, serta pihak-pihak yang berkepentingan lainnya secara langsung maupun melalui media *mainstream* dan media sosial yang ditampilkan melalui unjuk kerja humas yang bersifat akuntabel, transparan, dan memadai dengan pelayanan berkualitas.

Terkait dengan layanan komunikasi dan informasi lembaga pemerintah bagi masyarakat dengan gaya hidup milenial yang berciri keharusan untuk selalu terhubung dengan *smartphone*, selalu menggunakan nilai tukar pembelian-penjualan yang bersifat *non cash*, serba cepat dan instan, lebih memilih pada pengalaman daripada aset, memiliki grup dalam dunia maya, memiliki multi talenta, kritis terhadap fenomena sosial, dan selalu berbagi informasi melalui media sosial. Dengan beberapa ciri yang dimiliki oleh generasi milenial tersebut, seyogyanya lah humas lembaga pemerintah harus lebih proaktif dan kreatif dalam mengalirkan informasi ke masyarakat. Sebagaimana hal ini diungkapkan oleh Ani Harliani selaku pegawai Diskominfo Provinsi Jawa Barat mengatakan bahwa:

“...akun Instagram digunakan sebagai sarana pengenalan dan pemasaran produk kebijakan pemerintah dengan jangkauan yang cukup luas diterima oleh berbagai kalangan”.

Pada situasi seperti sekarang ini berbagai jenis informasi secara cepat dapat dengan mudah didapatkan melalui *platform* media sosial yang terdapat dalam *smartphone* dan mudah sekali untuk mendapatkan *feedback* secara cepat dari masyarakat terutama generasi milenial. Sehingga, pemerintah sebaiknya dapat menyampaikan isi pesan yang terkait dengan program pembangunan yang dapat dilakukan secara komunikatif dengan tetap memperhatikan unsur budaya yang ada di masyarakat (Nomleni, Sumartias, & Setiawan, 2019).

Media sosial sebagai produk massal yang juga bermanfaat sebagai saluran untuk menelusik informasi yang terjadi pada diri individu maupun organisasi dapat dijadikan wahana atau instrumen evaluasi pelaksanaan kegiatan komunikasi, khususnya bagaimana Instagram memengaruhi masyarakat. Hal ini terungkap dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hal-hal yang positif seperti kesenangan dan penghargaan yang diperoleh oleh para *Instagramers* dengan meng-*upload* fotonya di media sosial tersebut (Ulfah, Ratnamulyani, & Fitriah, 2016).

Untuk dapat mengimbangi perkembangan zaman milenial yang kompetensinya berbasiskan pada teknologi informasi dan komunikasi, humas pemerintah kabupaten/kota memiliki beberapa kekuatan dan kelemahan sebagai bagian dari dampak lahirnya revolusi industri 4.0. Kondisi seperti ini ditunjang oleh pernyataan dari Firmansyah yang bekerja di Diskominfo Kota Cimahi mengatakan bahwa:

“...orang yang bekerja di ranah pelayanan komunikasi harus *well informed* dan *update* terhadap perkembangan isi media-media baru yang kadang menjadi sumber rujukan berita bagi media *mainstream*”.

Sementara itu, menurut Cecep Ismayanto dari Diskominfo Kota Cirebon menyebutkan bahwa:

“...seorang staf Diskominfo harus memiliki akun medsos agar bisa mengetahui berita, isu, konflik yang beredar di suatu pemerintahan yang dapat dijadikan sebagai

filter untuk disampaikan kembali ke masyarakat”.

Berdasarkan hasil *focus group discussion* (FGD) terhadap informan dapat dijelaskan bahwa kekuatan humas pemerintahan secara umum di era revolusi industri 4.0 antara lain: (1) Memiliki kebijakan dari pemerintah (negara) di bidang komunikasi dan informasi yang harus dipatuhi oleh *stakeholders*; (2) Memiliki jaringan informasi dan komunikasi kelembagaan sampai pada tingkat pemerintahan yang paling rendah (RT/RW), seperti Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai *partner* kerja di lapangan; dan (3) Memiliki sumber daya manusia yang berstatus PNS/ASN/THP sebagai insan-insan humas pemerintahan yang dapat yang cukup banyak dan perlu diberdayakan.

Selain itu, beberapa kelemahan yang dimiliki oleh humas pemerintahan di era revolusi industri 4.0 adalah: (1) Keberadaan SDM di bidang humas yang masih terbatas dengan kesesuaian kompetensi yang berasal dari kualifikasi ilmu komunikasi maupun kehumasan; (2) Operasional infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi yang terbatas oleh pagu anggaran; dan (3) Kebijakan mengenai tugas, fungsi, dan posisi humas pemerintahan yang berbeda-beda di setiap kelembagaan pemerintahan. Untuk membantu menjelaskan mengenai keunggulan dan kelemahan pekerjaan humas pemerintah dapat dilihat dari hasil penelitian yang menyebutkan bahwa humas pemerintah lebih sering melakukan peran manajerial daripada humas swasta (Kriyantono, 2018). Pada konteks ini tentunya telah terjadi disparitas dalam pelaksanaan tupoksi humas di suatu organisasi yang masih terlihat belum ajeg atau sesuai dengan selera/keinginan pimpinan.

Tiap humas di lembaga pemerintahan memiliki kelebihan dan kekurangan, salah satunya adalah peran sebagai katalisator informasi dengan *softskill* di bidang teknologi informasi dan komunikasi, sekarang ini telah membawa perubahan besar dalam kehidupan bermasyarakat, seperti dapat memotivasi atau menenangkan kondisi masyarakat dalam pelibatan untuk pembangunan yang diselenggarakan oleh pemerintah. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Tri Paribani pegawai Diskominfo Kabupaten Cirebon yang mengatakan bahwa:

“...komunikasi yang tersampaikan di media sosial, khususnya Instagram yang digunakan oleh pemkab Cirebon dapat memudahkan jalinan komunikasi yang lebih cepat secara akses maupun untuk mendapatkan respon dari masyarakat sebagai bentuk partisipasi aktif dari *stakeholders*”.

Peran humas ini diperjelas dari hasil penelitian yang menyebutkan posisi humas dalam sebuah instansi memiliki peranan penting karena humas adalah orang yang memiliki perpanjangan “telinga” untuk dapat mendengar aspirasi/pendapat dari seluruh *stakeholder* dan memiliki kemampuan dalam memberikan pertimbangan yang lebih matang bagi instansi karena dapat berada diantara kepentingan seluruh *stakeholder* (Nurjanah & Nurnisya, 2016).

Kemampuan humas pemerintah dalam berkomunikasi yang semakin dinamis dengan *stakeholders*-nya memberikan dampak pada perubahan dalam penggunaan metode penyampaian informasi publik yang ditunjukkan dengan semakin intensnya teknologi informasi dan komunikasi yang terkoneksi secara cepat untuk melayani informasi yang mengandung nilai berita bagi masyarakat. Melihat kondisi humas pemerintah yang saat ini tidak bisa lepas dari pantauan dalam menyajikan informasi tentang lembaga maupun aktifitas pimpinan melalui media yang berbasis teknologi tersebut, membuat para praktisi komunikasi publik/humas harus menanggapi kemajuan teknologi, *borderless communication and information*, arus lalu lintas aliran informasi, dan aliran sumber daya lainnya yang memengaruhi layanan informasi dan profesi kehumasan harus dihadapi secara seksama dan penuh kehati-hatian agar tidak menjadi *blunder*.

Kedepannya, profesional humas di lembaga pemerintahan harus dapat menemukan relevansinya dan terus mengikuti perubahan teknologi sebagai bagian dari peningkatan kapasitas pegawai di bidang kehumasan. Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka mempersiapkan humas-humas pemerintah yang handal atau profesional dapat dilakukan dengan mengikuti sertifikasi profesi di bidang kehumasan yang diselenggarakan oleh Asosiasi Profesi, Lembaga Pemerintah (Kemkominfo/BNSP) dan Perguruan Tinggi.

Sertifikasi ini sebagai bukti bahwa humas merupakan profesi yang membutuhkan keahlian yang tidak bisa sembarangan orang memasukinya. Selain itu, sertifikasi ini merupakan jembatan dalam rangka menciptakan infrastruktur dan suprastruktur kehumasan yang profesional.

Tren sertifikasi profesi menjadi pintu masuk eksistensi kelembagaan humas di suatu organisasi/lembaga untuk tidak dimasuki oleh bidang keilmuan lainnya, apalagi di humas pemerintah kabupaten/kota. Rochmat Bachtiar selaku pegawai di Diskominfo Kabupaten Bandung Barat mengatakan bahwa:

“...sertifikasi bagi pegawai yang bekerja di bidang kehumasan sangat diperlukan dalam rangka menunjang keprofesionalisme pegawai yang diiringi dengan etika profesi dan sebagai faktor penunjang angka kredit dalam sistem honorarium bagi pegawai fungsional daerah”.

Dengan profesionalisme yang didapat oleh para humas di daerah dan didukung oleh peluang kemajuan teknologi komunikasi dan informasi jelas telah mengubah peta industri dan bisnis global serta lembaga pemerintahan. Keberadaan “bisnis informasi”, kini dikuasai oleh “raja-raja baru” yang mengusung teknologi komunikasi dan informasi sebagai pendulum bisnis yang tergabung dalam *e-market*, *e-bussiness*, *e-budgeting*, *e-education*, *e-information*, dan lain sebagainya. Perubahan ini jelas menimbulkan akses atau ancaman yang tidak kecil bagi sistem komunikasi dan informasi yang berlaku di lembaga pemerintahan, khususnya. Mulai pada penyesuaian model komunikasi konvensional tatap muka, bermedia, hingga nirkabel (digital) sebagai bagian dari upaya humas pemerintahan dalam menyesuaikan diri pada kehidupan masyarakat yang sudah menggunakan teknologi komunikasi dan informasi terlebih dahulu.

Risiko dan pola antisipasi terhadap praktek teknologi komunikasi dan informasi juga ikut berubah, yang menuntut adanya pemahaman baru bagi para pelaku teknologi untuk dapat mengidentifikasi tuntutan baru pada model kepemimpinan dan strategi organisasi/ lembaga. Adanya peran profesi di era digital yang telah mempertajam bentuk baru layanan bagi publiknya. Para pelaku profesi ini yang ada di lembaga layanan informasi dan komunikasi dapat merasakan dan mengalami

perubahan secara cepat, gradual, dan inovatif. Di Indonesia sendiri, pengalaman pemerintah sebagai regulator di industri komunikasi dan informatika bisa menjadi pelajaran bagi para praktisi komunikasi publik/humas untuk dapat mempersiapkan diri dan siap terjun ke dalam situasi dan tantangan profesi komunikasi yang semakin kompetitif, berintegritas dan transparans.

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi di satu sisi telah membawa kemudahan bagi profesi humas dalam menjalankan tugasnya secara lebih cepat dan efisien. Sistem dan “*template*” kegiatan layanan informasi dan komunikasi publik yang diciptakan berbasis teknologi komunikasi dan informasi telah mempermudah sekaligus mempercepat pekerjaan kehumasan di berbagai sisi, seperti perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi. Sebelumnya para praktisi humas di lembaga pemerintahan harus memilih antara *full disclosure* (keterbukaan penuh) atau *timeliness* (tepat waktu) dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Namun, sejak adanya keterlibatan alat dan sistem yang berbasis teknologi komunikasi dan informasi kedua metode komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah ini dapat dilakukan secara bersamaan.

Keterlibatan teknologi informasi dan komunikasi yang membuat sebagian pekerjaan-pekerjaan tradisional kehumasan dapat terkikis bahkan menghilang. Sejumlah pekerjaan itu, kini mulai diganti oleh sistem robotik mekanistik. Dengan tren teknologi komunikasi dan informasi yang terus merambah ke mana-mana, bukan tidak mungkin di masa depan akan semakin banyak pekerjaan kehumasan yang akan tergantikan oleh mesin. Apalagi jika mesin pintar berbasis *artificial intelligence* (kecerdasan buatan) sudah menemukan tempatnya di bidang kehumasan ini.

Melihat dari sisi ini, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi terasa seperti bahaya laten bagi profesi kehumasan, terkhusus di lembaga pemerintahan yang kini sedang giat-giatnya menjalin layanan informasi dan komunikasi dengan publiknya dengan menggunakan teknologi kontemporer sebagai bentuk keseriusan layanan komunikasi pemerintahan. Komunikasi pemerintah itu sendiri merupakan penyampaian ide, gagasan, informasi, isi pikiran/ pernyataan dari pemerintah

kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara dengan diasumsikan pemerintah dapat diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai pemberi (Sedarmayanti, 2018).

Guna memperlancar peran dan fungsi humas di lembaga pemerintahan, maka ada beberapa faktor peluang dan ancaman yang berasal dari luar organisasi humas di lembaga pemerintahan yang dapat diklasifikasikan diantaranya: (a) SDM Humas di lembaga pemerintahan harus memiliki akun media sosial yang berbeda-beda; (b) Mempunyai *follower* per akun nya yang relatif banyak; dan (c) Dapat melakukan postingan narasi fenomena tentang aktifitas lembaga yang bersifat positif. Sejalan dengan perkembangan era industri menuju era revolusi teknologi informasi sekarang ini telah terjadi perubahan pada peran, fungsi, dan tugas humas sebagaimana yang dijelaskan oleh (Arief, 2019) yaitu:

“(1) PR 1.0 menjalankan kegiatan kehumasannya masih bersifat tradisional dimana PR sebagai *broadcaster*; (2) PR 2.0 menggambarkan komunikasi yang horisontal, saling berhubungan, komunikasi dari banyak sumber ke banyak audiens yang dimana PR berperan sebagai *connector*; (3) PR 3.0 di mana media sosial menjadi media yang paling banyak digunakan, disukai, dan dipercayai publik; dan (4) PR 4.0 di mana era *artificial intelligence* dan era big data hadir yang dapat menunjang pekerjaan humas secara robotik”.

Maka dari itu, di era revolusi industri 4.0 ini, humas di lembaga pemerintahan akan selalu menghadapi berbagai informasi yang serba cepat dan viral dengan sistem komunikasi yang sudah terjaring dan tergiring melalui saluran media sosial dan *big data*. Penggunaan teknologi dan informasi tersebut terkait dengan efek terbatas yang dapat dimanfaatkan oleh humas lembaga pemerintahan bahwa kekuatan media minimal akan cenderung mengadvokasi komunikasi antarpribadi dan pada akhirnya untuk berbuat sesuatu tindakan komunikasi. Layanan informasi dan komunikasi humas pemerintahan memiliki sifat agar terdapat kesesuaian paham antara ide yang disampaikan oleh komunikator dan komunikan sebagai penerima gagasan, sehingga tercipta kesatuan paham, sekaligus menghindari kesalahpahaman. Sebagaimana

hal ini dinyatakan oleh Deni Sanjaya dari Diskominfo Kabupaten Indramayu, yaitu:

“...media sosial merupakan alat yang membantu (*supporting*) bagi pekerjaan layanan informasi dan komunikasi publik yang dapat memantau pergerakan isu dan sekaligus sebagai penyebarluasan informasi kebijakan pemerintah”.

Komunikasi mempunyai pengaruh terhadap tipe, sasaran, dan tugas pemerintahan termasuk di dalamnya adalah pemeliharaan hubungan. Hal ini dipertegas bahwa komunikasi sebagai proses interaksi dan penyampaian informasi, dan proses interaksi dapat berlangsung dalam suatu jaringan kerja komunikasi yang terjadi melalui struktur formal/informal (Sedarmayanti, 2018).

Keberadaan unit organisasi humas pada suatu lembaga pemerintahan sebagai unit pelaksana teknis yang secara formal melayani informasi dan komunikasi publik merupakan suatu keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya lembaga tersebut menyebarluaskan dan atau mempublikasikan segala hal yang berkaitan dengan kegiatan atau aktivitas dari lembaga yang bersangkutan baik ditujukan kepada hubungan internal maupun eksternal. Sehubungan dengan itu, Karman dari Diskominfo Kabupaten Kuningan mengungkapkan bahwa:

“...media sosial Instagram harus dimiliki oleh setiap lembaga pemerintah. Apalagi seorang pegawai yang bekerja di Diskominfo. Sebab Instagram dapat menjadi sarana informasi untuk mengetahui topik atau berita dari masyarakat”.

Adanya media digital yang digunakan dan dimanfaatkan oleh humas pemerintah telah mewujudkan komunikasi timbal balik antara pemerintah dan masyarakat yang bersifat terencana dalam rangka menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan bersama. Selain itu, pelaksanaan komunikasi pemerintah melalui Instagram menunjukkan bahwa kesadaran pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas semakin terbuka lebar. Hal ini menjadi nilai lebih bagi pemerintah yang mulai menunjukkan bahwa peran dan fungsi humas sebagai *Chief of Information* kian meningkat sesuai dengan kapasitas dan kewenangan penyampaian isi pesan komunikasi pemerintahan dalam upaya untuk mendapatkan

Tabel 2 Komunikasi Humas Pemerintahan di Kabupaten/Kota Jawa Barat

No	Jenis Isi Informasi	Channel Komunikasi yang Digunakan	Jenis Komunikasi
1	Capaian Kinerja, Program Pembangunan, Aktifitas Pimpinan Daerah, Kebijakan Pemerintah, Layanan Dasar Publik	Instagram	Interaktif, Kreatif, dan Sirkuler
2	Layanan Dasar Publik, Klarifikasi Informasi Hoax, Himbauan Pelaksanaan Kebijakan	Facebook	Linier dan Sirkuler
3	Layanan Dasar Publik, Isu Politik	Twitter	Linier dan Sirkuler
4	Layanan Dasar Publik, Isu Sosial Kemasyarakatan	WhatsApp	Linier dan Sirkuler
5	Prestasi Lembaga	Youtube	Linier

Sumber: Hasil Penelitian, 2019-2020

input dari masyarakat yang bersifat linier maupun sirkuler secara interaktif. Input informasi ini dapat menjadi dasar pembuatan program dan kebijakan yang diperuntukan bagi masyarakat.

Menurut Komarudin, yang bekerja di sebagai Kasubid Penanganan Konflik Kantor Kesbangpol Kota Bogor di dibidang layanan informasi mengatakan bahwa:

“...informasi yang berasal dari masyarakat dapat diketahui dari lalu lintas percakapan yang terdapat di media digital atau media sosial seperti Facebook, Whatapps Group, Twitter, Yuotube, dan Instagram yang dapat menjadi bahan masukan untuk penetapan kebijakan pemerintah daerah agar tidak terjadi konflik”.

Berdasarkan hasil wawancara dan FGD dengan narasumber, maka dapat diringkas mengenai komunikasi humas pemerintah kabupaten/kota di Jawa Barat dalam melayani kegiatan informasi publik di era digital sebagaimana dalam tabel 2.

Dari tabel 2. ini dapat dilihat bahwa kegiatan komunikasi humas pemerintahan semakin variatif, interaktif, dan kreatif dengan para pemangku kepentingannya terutama masyarakat yang ada di daerahnya dalam menyampaikan berbagai informasi keterkait aktifitas lembaga pemerintahan dalam melayani kebutuhan dasar

masyarakat. Dengan beragamnya *channel* komunikasi yang dimanfaatkan oleh humas pemerintahan dapat menjadi dasar untuk *mem-branding* mengenai peran dan fungsi humas yang semakin dinamis dan strategis di lembaga pemerintahan. Terlebih, di era keterbukaan informasi publik seperti sekarang ini keadaan masyarakat yang semakin kritis dan haus akan informasi, humas pemerintah dituntut untuk terbuka dan berani memberikan informasi yang jelas, akurat, dan terkini, tanpa ada yang ditutup-tutupi, dengan cara-cara yang baik dan benar sehingga dapat diterima oleh masyarakat (Sari, 2012).

Penyampaian informasi publik yang terjadi di masyarakat dapat berbentuk informasi nyata dan utuh, *misscommunication*, *disinformation*, maupun *hoax* merupakan tantangan bagi humas pemerintah untuk bisa berkontribusi secara optimal. Kegagalan humas pemerintah dapat berakibat fatal, yakni terganggunya stabilitas kehidupan masyarakat. Tidak diterimanya kebijakan pemerintah di tengah masyarakat merupakan salah satu akibat dari kurang berfungsinya humas secara optimal. Maka untuk dapat memaksimalkan fungsi humas di lembaga pemerintahan peran Humas Pemerintah harus menciptakan *goodwill*, menjaga hubungan baik dengan *Stakeholders*, membangun pemahaman masyarakat tentang kebijakan Pemerintah, dan membangun kepercayaan (*trust*) masyarakat

terhadap sebuah pemerintahan (Sani, Hidayat, & Sjafirah, 2020).

SIMPULAN

Komunikasi pemerintahan yang terbentuk dan berkembang di lembaga humas kabupaten/kota di Jawa Barat telah menggunakan media digital berupa Instagram untuk menjalin komunikasi dan penyampaian informasi secara efektif dan masif ke masyarakat luas mengenai kegiatan dan capaian pembangunan yang dilakukan oleh pimpinan daerah kabupaten/kota. Dalam mewujudkan komunikasi pemerintahan antara pemerintah kabupaten/kota di Jawa Barat memiliki pola komunikasi yang bersifat interaktif dengan memperhatikan nilai-nilai informasi yang ada di daerah terkait dengan aktivitas pimpinan, sosialisasi kegiatan suku dinas/BUMD, *event* kemasyarakatan, dan lain sebagainya.

Melalui komunikasi yang terjalin antara pemerintah dan masyarakat melalui media digital dapat memberikan kekuatan & kelemahan bagi Humas di lembaga pemerintahan dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi 4.0 dengan kondisi masyarakat yang semakin kritis seperti masih terdapatnya intervensi kebijakan yang harus dipatuhi oleh lembaga pemerintahan dalam struktur tata kelola lembaga kehumasan di daerah yang masih rancu antara fungsi humas dengan fungsi dinas komunikasi & informatika serta PPID, lemahnya sumber daya manusia yang sesuai dengan kualifikasi dan kompetensi yang dibutuhkan, dan masih sedikitnya para pelaku humas pemerintahan yang tersertifikasi sebagai humas profesional di era digital.

Sedangkan faktor peluang & ancaman bagi humas di lembaga pemerintahan kabupaten/kota dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi era revolusi industri 4.0 masih dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat yang menuntut profesionalitas para pelaku humas dalam melaksanakan fungsi dan tugas kehumasan, kuatnya pengaruh publik yang menuntut keterbukaan informasi dari lembaga pemerintahan, dan kecanggihan teknologi yang dapat menghilangkan sebagian fungsi kegiatan kehumasan di lembaga pemerintahan.

Melalui reformasi birokrasi yang dilakukan oleh humas pemerintah dalam upaya

melaksanakan komunikasi pemerintahan sebaiknya humas pemerintah memperkuat *database* sebagai sumber informasi publik yang berbasis media *online* dan digital guna tersedianya layanan informasi secara terpadu kepada publik secara akurat, cepat, tepat waktu, dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, perlu diperkuat dari sisi pembuatan isi pesan yang lebih kreatif, *simple*, *eye-catching*, dan mudah diingat dalam akun media digital humas pemerintah kabupaten/kota sehingga dapat lebih menarik perhatian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2016). *Komunikasi pemerintahan: filosofi, konsep, dan aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anggrahini, M. D., Rochayanti, C., & Sosiawan, E. A. (2014). Peran humas pemerintah kabupaten Sragen dalam pengelolaan isi informasi website pemda sebagai media communications relations dengan masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK)*, 6(2), 145–152.
- Arief, N. N. (2019). *Public relations in the era of artificial intelligence: bagaimana big data dan AI merevolusi dunia PR*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hutasoit, C. S. (2011). *Pelayanan publik: teori dan aplikasi*. Jakarta: Magna Script Publishing.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2018). Peran manajerial dan teknisi humas lembaga pemerintah dan swasta. *Aristo*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24269/ars.v6i1.760>
- Meraz, S. (2009). Is there an elite hold? traditional media to social media agenda setting influence in blog networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 682–707. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x>
- Miles, M., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook, edition 3*. USA: Sage

- Publications.
- Mulyana, D. (2001). Merancang peran baru humas dalam pengembangan otonomi daerah. *Jurnal MediaTor*, 1(1), 1–9.
- Nomleni, K. E. J., Sumartias, S., & Setiawan, W. (2019). Komunikasi sosial pemerintah dalam penyebaran informasi perbatasan Negara Indonesia dan Timor Leste. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(2), 251. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i2.21348>
- Novianti, D., & Fatonah, S. (2016). Model literasi media di lingkungan ibu-ibu rumah tangga di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 101–113.
- Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2016). Humas pemerintah & digital public relations. *Aristo*, 4(1), 1–24. <https://doi.org/10.24269/ars.v4i1.183>
- Pujileksono, S. (2016). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Purwindra, M. B. (2016). Peran humas Badan pusat Statistik sebagai pengelola manajemen reputasi di era keterbukaan informasi publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 71–82.
- Putri, N. E., Hakim, N., & Yamin, M. (2016). Ecological footprint and biocapacity analysis for flooding prevention in South Sumatera. *Jurnal Mimbar*, 32(1), 58–64. Retrieved from <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/1729/pdf>
- Rahman, A., & Sjoraida, D. F. (2017). Strategi komunikasi pemerintah kabupaten Subang menyosialisasikan gerakan pembangunan untuk rakyat infrastruktur berkelanjutan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(2), 136–146.
- Rumra, F. (2014). Pengelolaan informasi publik pada Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 18(2), 177–188.
- Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, N. A. (2020). Pemahaman petugas kehumasan Kementerian Dalam Negeri tentang peran Humas Pemerintah. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4(2), 215. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23528>
- Sari, B. W. N. (2012). *Humas pemerintah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sarosa, S. (2017). *Penelitian kualitatif dasar-dasar*. Jakarta: Indeks.
- Sedarmayanti. (2018). *Komunikasi pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Setiawan, A. J. (2007). Public relations-kompetensi dalam kompetisi global. *Jurnal Public Relations Indonesia*, 1(2).
- Subekti, P., Hafiar, H., & Bakti, I. (2020). Penggunaan Instagram oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah untuk mengoptimalkan destination branding Pangandaran. *Jurnal PROfesi Humas*, 4(2), 174–192.
- Sugiyono. (2007). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I., & Fitriah, M. (2016). Fenomena penggunaan foto outfit of the day di Instagram sebagai media presentasi diri. *Jurnal Komunikatio*, 2(1), 1–14.