

# **Strategi Kreasi Konten Instagram oleh Tim Media Sosial Humas DPRD Kabupaten Bandung (Studi Deskriptif Humas DPRD Kabupaten Bandung dalam Penyampaian Informasi Publik)**

**Ahmad Furqon**

Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Bandung

e-mail: afuqon16@gmail.com

## **Abstrak**

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan internet, maka komunikasi melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang sangat efektif. Humas memiliki peranan penting dalam setiap lembaga karena menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra perusahaan, baik itu citra positif maupun citra negatif. Humas mulai memanfaatkan media sosial melalui tim khusus media sosial agar dapat dikelola dengan baik dan maksimal dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kreasi konten dalam penyampaian informasi publik melalui media sosial Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini diperoleh adanya strategi kreasi konten dalam media sosial Instagram yang digunakan oleh tim Humas DPRD untuk menyampaikan informasi kepada publik.

**Kata kunci:** *Media Sosial Instagram, Humas, Strategi kreasi Konten*

## **Abstract**

As more and more people use the internet, communication through social media is a very effective strategy. Public relations has an important role in every institution because it is one of the strategies in shaping the company's image, both positive and negative images. Public Relations began to utilize social media through a special social media team so that it can be managed properly and optimally in providing information to the public. This research aims to determine content creation strategies in conveying public information through Instagram social media. This research is a qualitative research with descriptive method. The results of this study obtained a content creation strategy on Instagram social media that was used by the DPRD's public relations team to convey information to the public

**Keywords:** *Social Media Instagram, Public Relations, Content creation strategy*

## **PENDAHULUAN**

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan internet, komunikasi melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang sangat efektif. Oleh karena itu Humas Pemerintah khususnya di DPRD Kabupaten Bandung, dituntut untuk dapat menggunakan beberapa media untuk menyampaikan informasi kepada publik yang sifatnya eksternal maupun internal. Karena pada saat ini, penggunaan media sosial sudah merambah ke berbagai kalangan masyarakat, mulai dari remaja hingga orang tua yang kini aktif bermain di media sosial.

Berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat. Kehadiran media sosial bahkan membawa dampak dalam

cara berkomunikasi di segala bidang. Dampak dari hadirnya media sosial juga membawa perubahan cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital, dan juga menyebabkan komunikasi yang berlangsung menjadi efektif. (Setiadi, 2016)

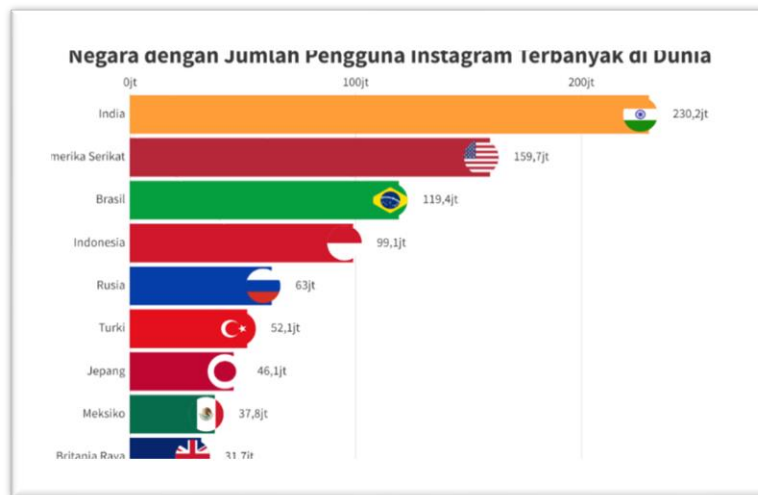
Humas DPRD Kabupaten Bandung bekerja dengan cukup aktif dalam berbagi informasi kepada masyarakat. Hal ini merupakan tugas pokok dari Humas agar citra Pemerintahan tetap terjaga di mata publik. Untuk dapat menjalankan tugasnya sebagai komunikator, Humas DPRD Kabupaten Bandung memerlukan media yang tepat untuk penyampaian informasinya.

Humas DPRD Kabupaten Bandung memanfaatkan media baru sebagai media utama untuk penyampaian informasi publik nya, kemudian terdapat media internal dalam bentuk majalah, spanduk, Buku Saku DPRD, dan sebagainya. Melalui media baru, Humas mendapatkan feedback dari setiap opini publik, untuk menetralkan setiap informasi negatif yang muncul melalui press release.

Seiring perkembangan teknologi informasi. Humas pun memanfaatkan media Internet dalam bentuk Web pada tahun 2019 namun pada saat itu Web Humas DPRD Kabupaten Bandung mengalami masalah karena diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Sehingga pada tahun 2022 Humas mulai memanfaatkan media sosial melalui tim khusus media sosial agar dapat dikelola dengan baik dan maksimal dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Pemanfaatan media sosial nyatanya banyak memberikan manfaat yang sangat banyak bagi Humas DPRD Kabupaten Bandung dalam menyampaikan informasi kepada publiknya, dengan lebih cepat, mudah dan transparan. Sehingga yang tadinya media baru menjadi media utama namun saat ini menjadi berubah, media sosial menjadi media utama dalam penyampaian informasi kepada publik.

Di antara banyaknya media sosial yang digunakan, Instagram menjadi media utama yang dipilih untuk menyampaikan informasi kepada publiknya, hal ini dikarenakan Instagram adalah media saat ini sedang ramai digandrungi oleh berbagai kalangan masyarakat di Kabupaten Bandung. Untuk mengakses media sosial sangat mudah dan murah jika dibandingkan dengan media lainnya, seperti media massa di televisi atau media cetak yang harus berlangganan. Instagram dikenal sebagai aplikasi dari Smartphone khusus untuk media sosial yang memiliki fungsi hampir sama dengan media sosial lainnya, namun perbedaannya terletak pada fitur penyebaran informasi dimana pada fitur itu penggunaanya bisa mengkreasi informasi tersebut sekreatif mungkin karena Instagram memiliki fitur yang dapat membuat informasi tersebut lebih menarik, lebih kreatif dan juga lebih bagus (Fujiwati, F.S & Raharja, M.R , 2021), ditambah menurut survey yang dilakukan oleh statista pada tahun 2022 Indonesia merupakan negara terbanyak keempat dengan menggunakan media sosial intagram dengan jumlah pengguna aktif sekitar 99,1 juta orang.



**Gambar 1 Diagram Pengguna Media Sosial Instagram Di Dunia**

Sumber : <https://goodstats.id/>

Humas DPRD Kabupaten Bandung memanfaatkan media sosial Instagram selain untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan anggota DPRD Kabupaten Bandung, juga tentang informasi tentang kegiatan sosial, budaya dan politik yang ada di Kabupaten Bandung. Beberapa program atau kegiatan para anggota dewan yang mungkin belum diketahui oleh masyarakat dapat dilihat dengan jelas di akun media sosial Instagram @DPRDkabupatenbandung. Dengan demikian masyarakat mempunyai wadah untuk menyampaikan aspirasi maupun keluhan-keluhan yang dialami oleh masyarakat. Dengan permasalahan yang ada, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam tentang bagaimana Strategi Kreasi Konten Instagram Oleh Tim Media Sosial Humas DPRD Kabupaten Bandung.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena ingin memahami tentang fenomena atau situasi yang sedang dialami oleh subjek. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian yang bertujuan menggambarkan utuh dan mendalam mengenai realitas sosial dan berbagai fenomena yang terjadi pada masyarakat dengan tujuan objek penelitian tersebut dapat disajikan secara rinci dan dapat diketahui ciri, karakter, sifat, dan modelnya secara komprehensif. Alasan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif adalah karena peneliti ingin mengetahui bagaimana Humas di lembaga pemerintahan khususnya di lembaga legislatif DPRD Kabupaten Bandung, sejalan dengan itu maka penelitian ini harus dilakukan secara langsung agar peneliti bisa mengetahui keadaan di lapangan yang sebenarnya. Peneliti juga ingin mendeskripsikan hasil dari pengumpulan data dari objek penelitian dalam bentuk kata-kata tertulis. Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan strategi kreasi konten oleh tim media sosial Humas DPRD Kabupaten Bandung. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu bagaimana Strategi Kreasi Konten Instagram Oleh tim Media Humas DPRD Kabupaten Bandung.

Dalam pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu: Observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi Pustaka.

Teknik analisis data pada penelitian yang digunakan peneliti menggunakan tiga prosedur perolehan data, yaitu: Reduksi Data (Data Reduction), Penyajian Data (display), Verifikasi data (Conclusion Drowing/verfiying).

Penelitian ini dilakukan di gedung DPRD Kabupaten Bandung yang berlokasi di Jl. Raya Soreang Km. 17 Kabupaten Bandung. Penelitian ini dilakukan selama dua bulan termasuk pada pengumpulan data dilapangan serta pengolahan dan analisis data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penyusunan Konsep Konten Media Sosial Instagram

Dalam sebuah rencana pembuatan konten, penyusunan konsep konten merupakan hal yang paling awal ditentukan, atau dalam tahapan produksi penyusunan konsep konten merupakan tahapan pra produksi, di mana semua ditentukan dari tema konten, sasaran penonton, tujuan konten dan lain-lain. Karena jika konsep tersebut sudah matang maka tahapan yang lainnya akan berjalan dengan baik. Tidak terkecuali bagi konsep untuk konten informasi dalam media sosial Instagram, mau dibawa kemana Instagram tersebut, mau seperti apa isi dari konten instargam tersebut dan sebagainya.

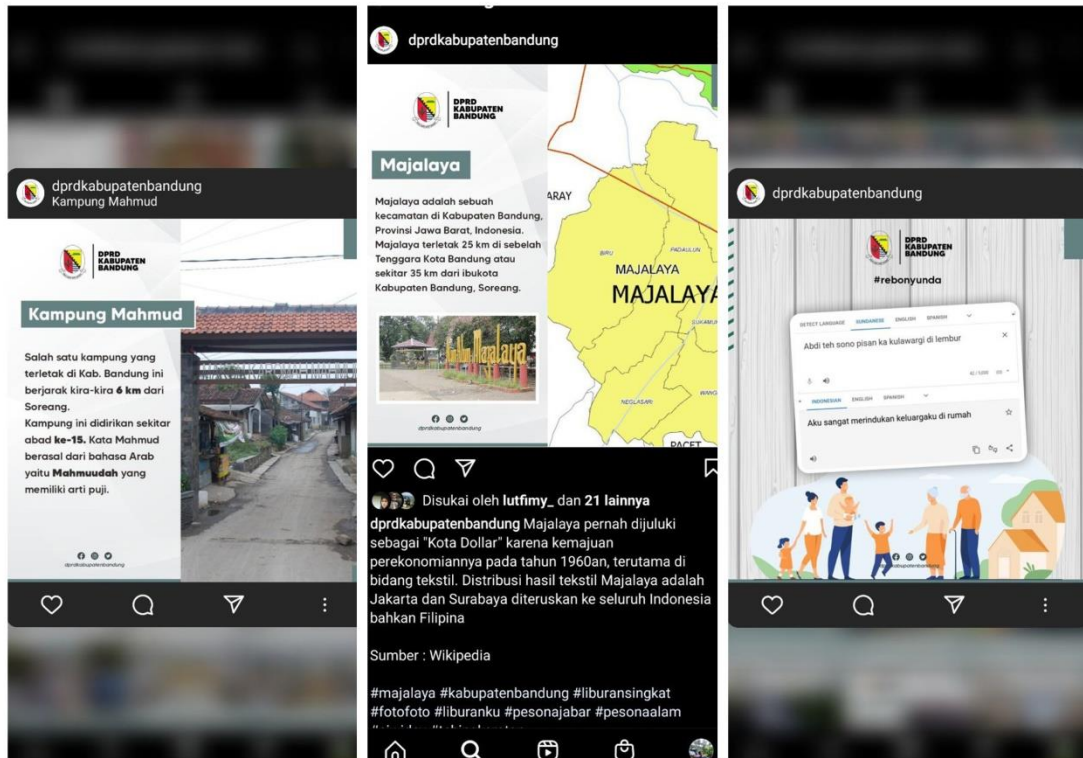
Sebagai konten kreator atau dalam hal ini pengelola media sosial pemerintahan, Humas DPRD Kabupaten Bandung menginginkan konsep media sosial Instagram yang memberikan informasi terkait segala kegiatan yang berhubungan dengan DPRD Kabupaten Bandung, memberikan pengetahuan tentang Kabupaten Bandung dan juga beberapa informasi yang ada di Kabupaten Bandung. Seperti yang dijelaskan oleh informan 2 : *“Kita ingin memberikan informasi yang aktual, memberikan informasi yang selengkap-lengkapnyanya kemudian kita juga memberikan edukasi serta membangkitkan ekonomi-ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Bandung saat ini dan yang lebih bisa dikenal oleh masyarakat kabupaten bandung sendiri tapi oleh masyarakat kabupaten/kota yang lain untuk membantu ekonomi masyarakat.”*



**Gambar 2** Salah Satu Konten Aktivitas DPRD Kabupaten Bandung

Sama halnya yang disampaikan oleh Informan 1: *“Informasi yang ingin kita berikan kepada masyarakat adalah Informasi yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan para dewan dan kemajuan-kemajuan yang telah dicapai pemerintah Kabupaten Bandung pada*

umumnya, khususnya yang difasilitasi oleh para dewan baik reses ataupun musrenbang. Karena pada sistem pemerintah Kabupaten Bandung para dewan ikut berperan pada saat persetujuan dan evaluasi anggaran DPRD yang mungkin masyarakat awam belum mengetahui tentang itu, memberikan informasi tentang hak dan fungsi DPRD. Dari segi entetain kami memberikan konten seperti tatarucingan terkait wilayah-wilayah di kabupaten Bandung dan hal apa saja yang ada di Kabupaten Bandung Informasi seperti kegiatan DPRD, informasi tentang Alat kelengkapan DPRD , informasi tentang pariwisata, UMKM dll yang bisa membantu masyarakat terkait wakil rakyatnya.”



**Gambar 3 Beberapa Postingan di Media Sosial Instagram @DPRDkabupatenbandung dengan Tema Informatif**

Namun konsep dari yang direncanakan bisa saja tidak berjalan seperti yang diinginkan karena hambatan yang ada dan tidak bisa di selesaikan pada saat itu. Seperti yang dikemukakan oleh informan 3: *“Konsep yang kami inginkan di media sosial Instagram DPRD Kabupaten Bandung yaitu berupa respon atas isu-isu yang disampaikan langsung oleh masyarakat. Namun konsep tersebut untuk saat ini tidak berjalan maksimal karena keterbatasan sdm yang kami miliki sehingga untuk menjawab konsep tersebut tidak dilakukan secara maksimal. Kami juga membuat konsep berupa segala aktivitas DPRD Kabupaten Bandung dan informasi seputar kabupaten Bandung.”*

Setiap konten yang diberikan kepada masyarakat tidak diberikan tanpa adanya tujuan dari konten tersebut. Diantaranya yaitu, agar masyarakat mengetahui kinerja setiap anggota DPRD Kabupaten Bandung. Seperti yang dijelaskan Informan 3: *“Tentunya setiap konten yang kita berikan kepada masyarakat mempunyai tujuan untuk kebaikan DPRD Kabupaten Bandung itu sendiri. Seperti, memberikan informasi mengenai aktivitas dewan DPRD Kabupaten Bandung, serta Meningkatkan popularitas DPRD Kabupaten Bandung.”*

Sama seperti yang dijelaskan Informan 1: *“Tujuan dari konten-konten di Instagram yang kita buat adalah supaya masyarakat lebih mengetahui bagaimana kegiatan para dewan selama ini dan lebih paham kepada fungsi DPRD.”*

Selain untuk meningkatkan popularitas DPRD di tengah masyarakat, memberikan wadah untuk aspirasi masyarakat menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan dalam setiap pembuatan konten di media sosial Instagram DPRD Kabupaten Bandung. seperti yang disampaikan Informan 2: *“Salah satu kewajiban DPRD selaku wakil dari pada masyarakat untuk memberikan informasi dan wadah untuk menyampaikan pendapat masyarakat, jadi kami memfasilitasi hal tersebut dengan konten-konten DPRD.”*

Namun dalam pembuatan konten tersebut sebagai media sosial pemerintah banyak yang harus diperhatikan dalam membuat setiap konten yang akan dibuat nantinya. Terlebih Kabupaten Bandung merupakan Kabupaten/Kota dengan penduduk terbanyak di Indonesia. Berbagai macam kultur dan kebiasaan ada di kalangan masyarakat Kabupaten Bandung. Seperti yang disampaikan informan 3: *“Hal yang kami perhatikan dalam pembuatan konsep konten di media sosial Instagram DPRD Kabupaten Bandung tentunya banyak yaa. Mulai dari kultur atau kebiasaan masyarakat Kabupaten Bandung yang begitu banyaknya, kebutuhan media sebagai media sosial pemerintahan yang terus memberikan informasi kepada masyarakatnya dan juga saran dari bagian yang paling atas di DPRD dalam hal ini yaitu Sekretariat DPRD agar nantinya meminimalisir terjadi miss komunikasi, baik itu dengan masyarakat dan juga dengan pihak lembaga pemerintahan lainnya.”*

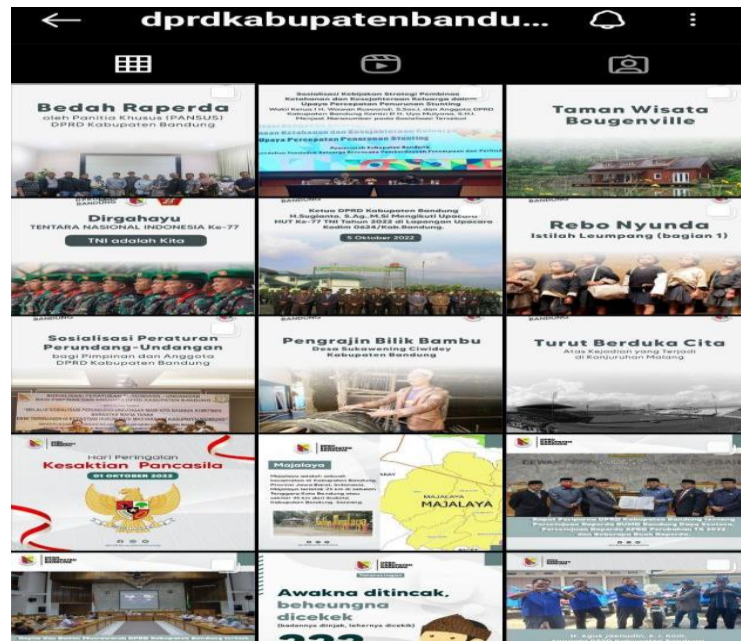
Tentunya setelah evaluasi dilakukan, konten-konten yang diberikan kepada masyarakat nantinya lebih baik dan lebih maksimal lagi dalam segala hal, baik itu dari informasi yang diberikan maupun kemasan yang dibuat oleh Humas. Seperti yang disampaikan informan 2: *“Diharapkan lebih informatif kembali, memberikan kemasan-kemasan yang lebih menarik dan nyaman untuk masyarakat lihat dan juga ingin memberikan informasi positif kembali agar kontennya bisa diterima oleh masyarakat.”*

Pembahasan ini dapat dikaitkan dengan teori sistem karena dalam menentukan bagaimana konsep konten di Instagram @dprdkabupatenbandung Humas DPRD Kabupaten Bandung melalui tim media sosialnya ikut beradaptasi dengan perkembangan zaman, baik itu konsep yang aktivitas maupun konsep konten yang non aktivitas. Karena organisasi itu mesti beradaptasi dan menyesuaikan perilakunya terhadap perubahan di dalam lingkungan politik, ekonomi, sosial dan budaya tempat organisasi tadi beroperasi (Kriyantono, 2014:77)

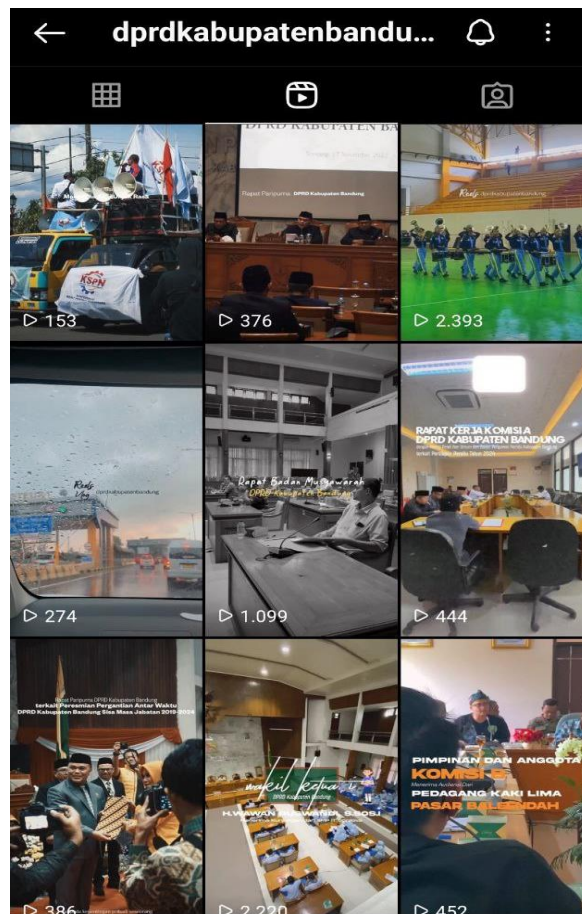
### **Cara Penayangan Konten Media Sosial Instagram**

Setelah adanya media sosial, menayangkan atau mempublikasi sebuah kegiatan ataupun informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau lembaga bagi seorang Humas menjadi mudah. Untuk itu Humas dituntut untuk mampu mengelola sebuah media sosial – dalam hal ini Instagram dengan baik agar konten-konten yang ada di akun Instagramnya tersebut tetap dapat terkontrol.

Dalam penayangannya tim media Humas DPRD Kabupaten Bandung memanfaatkan beberapa fitur di dalam media sosial Instagram, sehingga penyampaian informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik dan juga utuh. Seperti yang disampaikan informan 2: *“Kami dalam menyampaikan informasi melalui beberapa fitur di Instagram yaitu foto dan juga video, agar selain informasi secara teks kami juga menyampaikan informasi melalui video agar lebih menarik dan mudah dipahami.”*



Gambar 4 Tampilan Feeds Foto Instagram @DPRDkabupatenbandung



Gambar 5 Tampilan Feeds Video Instagram @DPRDkabupatenbandung

Selain menggunakan beberapa fitur yang ada di Instagram, tim media sosial Humas DPRD Kabupaten Bandung menggunakan *SEO (Search Engine Optimization)* yaitu berupa hastag pada setiap konten yang di unggah di Instagram DPRD Kabupaten Bandung. Seperti yang disampaikan Informan 3: *“Dalam memberi informasi kepada masyarakat kami menggunakan beberapa fitur yang ada di media sosial Instagram tersebut diantaranya berupa feeds yang berisi kegiatan-kegiatan para dewan dan juga tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan DPRD Kabupaten Bandung, video-video kegiatan dan juga fitur instastory untuk “promosi” konten yang ada di feeds. Selain itu kita juga menggunakan SEO (Search Engine Optimization) berupa hastag pada setiap postingan agar lebih mengoptimalkan konten di hasil pencarian Instagram. ”*



**Gambar 6 Beberapa Hastaghs yang Ada di Konten Instagram @DPRDkabupatenbandung**

Sebagai akun media sosial Instagram sebuah instansi pemerintahan dan juga akun media sosial Instagram pribadi memiliki persamaan dalam hal kemasannya, jika akun Instagram pribadi bisa bebas mengemas sebuah konten, namun media sosial Instagram suatu instansi atau lembaga pemerintahan dituntut dalam aturan yang berlaku yaitu harus sesuai dengan *SOP (Standard Operational Procedure)*. Seperti yang disampaikan oleh Informan 2: *“Konten dikemas agar masyarakat mengetahui seluruh rangkaian kegiatan DPRD maka dari itu kamu selalu mengupayakan agar konten tersebut aktual dan se informatif mungkin.”*

Informan 2 juga menambahkan jika dalam penayangan konten di Instagram @DPRDkabupatenbandung proses produksi harus dilakukan dengan matang dan melibatkan pihak yang lebih kompeten dalam bidang pemerintahan.

*“proses produksi dimulai dari perencanaan konten selama satu pekan , mengumpulkan data dan informasi yang valid, pembuatan desain grafis dan penyampaian kepada pihak yang memutuskan apakah konten tersebut bisa di tayangkan atau tidak .”*

Begitu juga yang disampaikan oleh Informan 3 bahwa tahapan produksi harus benar-benar dilakukan secara baik dan juga benar agar nantinya informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan utuh.

*“Melakukan perencanaan konten (non aktivitas DPRD) dalam H-14 sebelum posting, eksekusi konten dalam H-7 sebelum posting, penjadwalan melalui metta business di H-3 sebelum posting. Dan untuk konten aktivitas DPRD, dokumentator melakukan dokumentasi daily sesuai kegiatan DPRD, output dari dokumentasi akan diedit dan di posting di hari H.”*



## **Membangun *Engagement* Dengan Masyarakat sebagai tahapan Pasca Produksi**

Informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @dprdkabupatenbandung beragam macamnya. Bukan hanya pada satu topik saja tetapi kontennya harus meliputi aspek kehidupan di Kabupaten Bandung. Seperti informasi tentang wilayah Kabupaten Bandung, budaya yang ada di Kabupaten Bandung dan hal-hal lainnya yang ada di Kabupaten Bandung. Namun informasi yang disampaikan harus dengan kemasan yang menarik, singkat, dan juga mudah dipahami oleh masyarakat. Itu semua dilakukan agar informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat diterima dengan baik dan dicerna dengan baik. seperti yang disampaikan Informan 3: *“Untuk membangun kedekatan DPRD dengan masyarakat/konstituennya, kami membuat konten yang bersifat call to action, membalas pesan, like komentar positif masyarakat, memposting ekonomi kreatif masyarakat, dan membagikan informasi wilayah Kabupaten Bandung.”*

Sama halnya yang disampaikan informan 1 bahwa dengan konsep konten yang melibatkan masyarakat itu bisa membuat hubungan DPRD dengan masyarakatnya jadi lebih dekat.

*“Dengan membuat konten yang bisa membuat kita lebih dengan masyarakat. Kita ada konten yang diberi nama tatarucingan, dimana pada konten itu memiliki konsep berupa tebak-tebakan yang jawabannya merupakan wilayah, budaya, dan hal-hal yang ada di Kabupaten Bandung.”*

## **SIMPULAN**

Dalam tahap membangun engagement antar Humas DPRD Kabupaten Bandung dengan masyarakat, Humas DPRD Kabupaten Bandung membuat konten yang bersifat interaktif namun tetap mengutamakan fungsi dan tujuan yaitu memberikan informasi. Selain itu Humas juga menindaklanjuti setiap aspirasi ataupun ada yang datanginya melalui pesan langsung di Instagram kepada pihak terkait. Dan juga Humas DPRD Kabupaten Bandung membuat sebuah layanan Contact Center dalam membangun engagement dengan masyarakatnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfiyanti, M (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Fotografer dan Videografer (Studi Deskriptif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Jasa Fotografer dan Videografer di Wedding Photography Nesnumoto Bandung)”.  
Ashfadiniyya Ardisavira, E. (2021). HUBUNGAN DIGITAL CONTENT DENGAN CONTENT WRITER. HUBUNGAN DIGITAL CONTENT DENGAN CONTENT WRITER.  
A'yun, F. N. Q. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Jihad. Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman, 9(1), 38-64.  
Cahyani, A. M. (2019). Strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya melalui media sosial (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).  
Damayanti, E., & Pamungkas, I. N. A. (2018). Konten Digital Marketing Melalui Instagram Warteg Hipster Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness. eProceedings of Management, 5(1).  
Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). Pemanfaatan media sosial (Instagram) sebagai media penyajian kreasi seni dalam pembelajaran. JPKS (Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni), 6(1).  
Hasanah, A. N., Yuniarti, E., & Hidayat, D. (2021). Public Relations Strategy of PDAM Tirtawening in Responding to Consumer Complaints through Social Media (Twitter). Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2), 70-74.

- Herlina, R. (2014). Komunikasi politik pemuda dalam aktivitas persiapan pemilu legislatif 2014: studi fenomenologi tentang partisipasi politik calon legislatif tokoh pemuda Jawa Barat (Doctoral dissertation, Program Studi Magister Ilmu Komunikasi-Program Pasca Sarjana Universitas Islam Bandungo).
- Herlina, S. (2015). Strategi komunikasi Humas dalam membentuk citra pemerintahan di kota Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu POLitik*, 4(3).
- Permasih, I., Abidin, Y. Z., & Ma'arif, A. A. (2018). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 1(1), 25-46.
- Sabrina, A. N. (2019). Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintah Kabupaten Langkat (Studi Kualitatif pada Humas Pemerintah Kabupaten Langkat).
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Soemirat, Soleh & Elvinaro. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sulistyoningsih, S. (2017). Strategi Humas Dan Protokol Terhadap Publikasi Kegiatan DPRD Diy. *Profetik*, 10(1), 116-129.
- Wardhana, A. A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).