

Strategi Humas DPRD Kota Depok Melalui Instagram @sekretariat_dprdkotadepok Dalam Meningkatkan Citra

Rio Septian¹, Achmad Haikal², Eddy Kusnadi³, Intan Leliana⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Pemuda Jl. Kayu Jati V No.2, RT.9/RW.5, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220, Indonesia.

E-mail: ¹rio.rse@bsi.ac.id, ²haikal.aik@bsi.ac.id, ³eddy.idk@bsi.ac.id, ⁴intan.ila@bsi.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas DPRD kota Depok untuk meningkatkan citra positif didukung oleh akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok. Lembaga legislatif seperti DPRD kota Depok semakin mengarah pada penggunaan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat. Dalam aspek ini, instagram menjadi platform yang penting untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan parlemen serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan publik, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif terhadap konten-konten yang diposting di akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok serta wawancara dengan narasumber terkait dari humas DPRD kota Depok. Data dikumpulkan dan dianalisis untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif dalam meningkatkan citra positif DPRD kota Depok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas DPRD kota Depok telah berhasil mengimplementasikan berbagai strategi, termasuk publikasi konten yang informatif dan edukatif, interaksi langsung dengan pengikut didukung oleh fitur-fitur interaktif instagram, serta program-program seperti kunjungan edukasi parlemen dan parlemen remaja.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Humas, Instagram, Konten Edukasi, Citra

ABSTRACT

This study investigates the communication strategies applied by the public relations of the Depok City DPRD to enhance a positive image, supported by the Instagram account @sekretariat_dprdkotadepok. Legislative institutions such as the Depok City DPRD are increasingly turning to social media as a tool to communicate directly with the public. In this context, Instagram becomes an important platform for disseminating information about parliamentary activities and building closer relationships with the public, particularly the younger generation that is active on social media. The research method used is qualitative descriptive analysis of the content posted on the Instagram account @sekretariat_dprdkotadepok as well as interviews with relevant sources from the public relations team of the Depok City DPRD. Data were collected and analyzed to identify effective communication strategies for enhancing the positive image of the Depok City DPRD. Research results show that the public relations department of the Depok City DPRD has successfully implemented various strategies, including publishing informative and educational content, direct interaction with followers supported by Instagram's interactive features, as well as programs such as educational parliamentary visits and youth parliament.

Keyword: Communication Strategy, Public Relations, Instagram, Educational Content, Image

PENDAHULUAN

Humas DPRD kota Depok memegang peran krusial dalam menjaga hubungan positif antara lembaga legislatif dengan masyarakat. Mereka bertanggung jawab menyampaikan informasi mengenai kebijakan, rancangan undang-undang, dan kinerja DPRD kota Depok kepada publik didukung oleh berbagai saluran seperti konferensi pers, media sosial, dan siaran langsung. Persepsi publik terhadap DPRD kota Depok tidak selalu positif, sering kali dipengaruhi oleh berita negatif di media massa. Survei menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat merasa DPRD kota Depok belum sepenuhnya memperhatikan aspirasi publik, yang berkontribusi pada penurunan citra lembaga tersebut (*peran kehumasan penting dalam parlemen modern*, 2020); (*survei litbang "kompas": citra dpr kembali merosot*, 2022).

Strategi komunikasi humas DPRD kota Depok didukung oleh media sosial, khususnya instagram, menjadi fokus utama dalam tindakan membangun kembali citra positif. Dengan akun @sekretariat_dprdkotadepok, DPRD kota Depok dapat secara langsung berinteraksi dengan masyarakat dan menyampaikan informasi yang edukatif, informatif, dan menghibur. Kolaborasi dengan akun lain dan konten yang responsif diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat serta mendukung transparansi dan akuntabilitas lembaga (*peran kehumasan penting dalam parlemen modern*, 2020); (*survei litbang "kompas": citra dpr kembali merosot*, 2022).

Urgensi literasi digital juga menjadi perhatian, di mana akun @sekretariat_dprdkotadepok tidak hanya menyebarkan informasi terverifikasi, tetapi juga

memberikan pengetahuan tentang bahaya informasi palsu (hoax) yang dapat merusak reputasi DPRD kota Depok (ginting, n.d.). Aspek sistem politik dan hukum indonesia, serta perbandingannya dengan negara tetangga seperti singapura dan malaysia, memberikan latar belakang penting dalam mengerti kerangka kerja strategi komunikasi humas DPRD kota Depok (saleh et al., 2022); (perbedaan sistem pemerintahan indonesia dengan malaysia, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan konstruktif bagi DPRD kota Depok dalam mengoptimalkan penggunaan akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok sebagai alat komunikasi yang efektif untuk meningkatkan citra positif lembaga. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literasi media dan pengetahuan masyarakat terkait peran dan fungsi DPRD kota Depok dalam sistem demokrasi indonesia (*peran kehumasan penting dalam parlemen modern*, 2020); (survei litbang "kompas": citra dpr kembali merosot, 2022).

Kajian pustaka penelitian ini membahas landasan teori yang penting untuk mengerti komunikasi organisasi, media baru, strategi public relations, pembentukan citra, media sosial, dan peran instagram. Komunikasi organisasi, yang didefinisikan oleh arni muhammad, menekankan interaksi saling balik dan kerjasama dalam kelompok untuk menghadapi situasi yang tidak stabil. Ini menggarisbawahi urgensi pertukaran informasi yang berkelanjutan untuk mendukung organisasi (arifudin, 2021). Perspektif ini menyoroti sifat dinamis komunikasi dalam organisasi, penting untuk kohesi dalam tim dan interaksi eksternal.

Media baru, seperti yang dijelaskan oleh (asmar, 2020), merujuk pada platform digital dan online yang berkembang seiring dengan teknologi informasi dan komunikasi. Media ini ditandai dengan interaktivitas, konektivitas, dan kekokohan, memungkinkan pengambilan informasi yang cepat dan akurat (asmar, 2020). Termasuk di dalamnya adalah situs web, blog, jejaring sosial, forum online, dan layanan yang utamanya menggunakan interaksi didukung oleh komputer, membentuk lanskap komunikasi modern.

Strategi public relations, yang penting untuk meningkatkan reputasi organisasi, adalah tindakan terencana untuk membina persepsi positif di mata publik. Ini melibatkan taktik komunikasi yang bertujuan membangun hubungan yang bermanfaat dengan stakeholder seperti karyawan, konsumen, investor, media, dan masyarakat umum (sari, 2023). Strategi ini mengarahkan tujuan organisasi dengan rencana komunikasi untuk mencapai hasil yang ditargetkan dan mempertahankan citra positif dalam jangka panjang harwood childs, seperti yang dikutip dalam (humairah, 2019).

Pembentukan citra, yang krusial dalam manajemen persepsi publik, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti komunikasi organisasi, tindakan kepemimpinan, kualitas produk/jasa, hubungan dengan pelanggan, respons terhadap krisis, dan liputan media (amanda, 2020). Ini mencakup bagaimana organisasi

berkomunikasi dan berinteraksi dengan publik, serta bagaimana tanggapan publik terhadap interaksi tersebut.

Media sosial saat ini memainkan peran penting dalam menghubungkan dan mempengaruhi masyarakat secara global. Platform-platform ini tidak hanya menjadi alat interaksi sosial, tetapi juga sebagai kanal untuk komunikasi, pengembangan jaringan, branding, sumber informasi, dan ekspresi diri. Penggunaan media sosial bervariasi tergantung pada cara individu atau organisasi memanfaatkannya, dengan potensi untuk membentuk opini publik dan mempengaruhi citra (sari, 2023)

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini, memiliki peran signifikan dalam kehidupan digital. Diluncurkan pada tahun 2010, instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan filter digital. Fitur-fitur lanjutan seperti instagram stories, reels, dan polling memperluas fungsionalitasnya sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang efektif (kartini et al., 2022).

Penelitian terdahulu telah mengungkapkan berbagai strategi komunikasi humas didukung oleh instagram untuk meningkatkan citra baik. Misalnya, studi tentang pemerintah kota probolinggo dan kota bandung menunjukkan bagaimana humas menggunakan instagram untuk mempromosikan informasi dan mempengaruhi persepsi publik terhadap pemerintahan lokal (ayudia & wulandari, 2021); (antoni, 2019). Di sisi lain, penggunaan instagram oleh angkatan muda pembaharuan indonesia (ampi) sumatera utara menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk mengubah citra negatif menjadi positif (sari, 2023)

METODOLOGI

Penelitian ini fokus pada metode deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pengetahuan mendalam tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas DPRD kota Depok didukung oleh akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok dalam meningkatkan citra positif. Metode deskriptif kualitatif menekankan pada analisis mendalam terhadap data yang terkumpul didukung oleh wawancara dan observasi, serta menggunakan teori sebagai panduan dalam proses penelitian (fai, 2022).

Lokasi penelitian ini dilakukan di bagian humas dan pengelolaan museum sekretariat jenderal DPRD kota Depok, yang berlokasi di gedung nusantara iii, kompleks gedung dpr/mpr/dpd, jl. Jenderal gatot subroto, jakarta pusat. Waktu penelitian berlangsung selama dua bulan, yaitu dari bulan april hingga mei 2024. Lokasi dan periode waktu penelitian ini dipilih karena relevansinya dengan pengelolaan dan aktivitas komunikasi publik yang dilakukan oleh humas DPRD kota Depok didukung oleh media sosial (fai, 2022).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh tim humas DPRD kota Depok dalam meningkatkan citra positif didukung oleh akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok. Penelitian ini memfokuskan pada pengamatan terhadap berbagai tindakan dan konten komunikasi yang dihasilkan untuk memperkuat hubungan antara DPRD kota Depok dan

masyarakat didukung oleh platform digital tersebut (fai, 2022).

Definisi konseptual dalam penelitian ini memperjelas konstruksi konsep-konsep utama yang relevan dengan penelitian. Ini mencakup strategi komunikasi, teori strategi public relations, citra DPRD kota Depok, dan akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok sebagai sarana komunikasi utama. Definisi ini membantu dalam menetapkan parameter analisis terhadap strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas DPRD kota Depok didukung oleh media sosial (fai, 2022).

Pemilihan informan dilakukan dengan cermat untuk memastikan bahwa mereka dapat memberikan masukan yang mendalam terkait strategi komunikasi yang diteliti. Informan terdiri dari anggota tim humas DPRD kota Depok yang secara langsung terlibat dalam manajemen dan pengelolaan akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok, serta pihak eksternal yang aktif berinteraksi dengan akun tersebut. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif terhadap praktik komunikasi yang sedang diteliti (fai, 2022).

Dalam tahap pengolahan dan analisis data, peneliti menggunakan pendekatan interaktif untuk mengerti dan merangkum hasil dari berbagai sumber data. Langkah-langkahnya termasuk reduksi data untuk mengidentifikasi pola dan tema, penyajian data dalam bentuk yang memudahkan pengetahuan, dan penarikan kesimpulan yang mengintegrasikan temuan penelitian. Pendekatan ini penting untuk memvalidasi informasi yang diperoleh dan menjaga kualitas serta ketepatan hasil penelitian (fai, 2022).

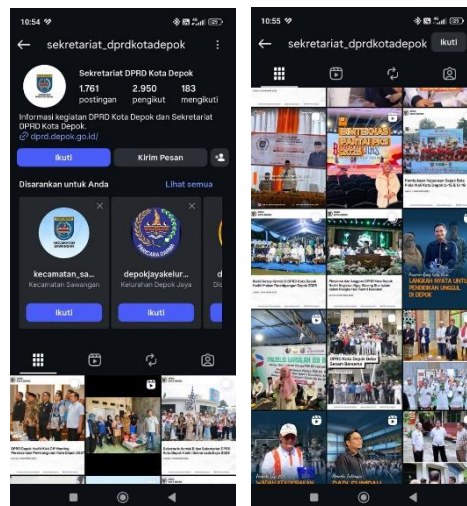
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian humas DPRD kota Depok berada di bawah koordinasi deputy bidang kesekretariatan dan kerja sama menyediakan antar parlemen, bertugas layanan informasi publik, memfasilitasi kunjungan masyarakat, serta mengelola museum DPRD kota Depok (cloud.dpr.go.id, 2024). Bagian ini terdiri dari beberapa subbagian seperti informasi publik dan kunjungan masyarakat, promosi, diseminasi, dan edukasi publik, serta pengelolaan museum, yang masing masing memiliki peran yang terdefinisi jelas dalam mendukung tugas dan fungsi DPRD kota Depok (perseksjen DPRD kota Depok no. 6 tahun 2021).

Visi dari bagian humas ini adalah untuk menjadi bagian dari sekretariat jenderal DPRD kota Depok yang profesional dan modern, sementara misinya mencakup pelayanan prima, tata kelola yang baik, dan menyediakan data yang akurat sebagai landasan keputusan DPRD kota Depok (cloud.dpr.go.id, 2024). Hal ini menunjukkan urgensi bagian humas dalam mendukung transparansi dan akuntabilitas lembaga legislatif.

Bagian humas DPRD kota Depok memiliki berbagai tugas, antara lain menyelenggarakan promosi, diseminasi, dan edukasi publik didukung oleh program

seperti program edukasi parlemen. Program ini menggunakan pendekatan edutainment untuk mengedukasi masyarakat, termasuk pelajar dan mahasiswa, tentang fungsi legislatif dan proses politik di DPRD kota Depok (cloud.dpr.go.id, 2024). Kegiatan ini mencakup sesi diskusi, simulasi, dan observasi di museum DPRD kota Depok serta ruang sidang, yang dirancang untuk melibatkan peserta secara interaktif.



Sumber: Peneliti

Gambar 1. Instagram sekretariat_dprdkotadepok

Akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok, dengan lebih dari 2.9k pengikut, menjadi salah satu media utama yang dimiliki humas DPRD kota Depok untuk mencapai tujuan edukasi publik mereka (instagram, 2024). Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran politik, khususnya di kalangan generasi muda, dengan menyampaikan informasi terkait sistem politik dan kinerja DPRD kota Depok secara transparan. Akun ini juga menyesuaikan kontennya untuk mencakup berbagai kelompok audiens, mulai dari anak-anak sekolah hingga organisasi masyarakat, dengan fokus utama pada pendidikan politik sejak dini.

Dalam wawancara dengan pranata humas DPRD kota Depok, ka ica, dijelaskan bahwa @sekretariat_dprdkotadepok dirancang untuk mencakup target audiens yang luas, termasuk anak-anak sekolah dan organisasi masyarakat, dengan penekanan khusus pada edukasi politik bagi generasi muda yang semakin terlibat dalam pembelajaran politik sejak usia dini (instagram, 2024). Bagian humas DPRD kota Depok dan akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok memainkan peran penting dalam mendukung transparansi, pendidikan politik, dan interaksi publik yang lebih luas dengan masyarakat.

Analisis ini mengungkap peran yang signifikan dari humas DPRD kota Depok dalam meningkatkan pengetahuan publik tentang parlemen dan proses politik di Indonesia didukung oleh @sekretariat_dprdkotadepok. Akun instagram ini berhasil membangun citra positif DPRD kota Depok dengan menyajikan konten informatif, edukatif, dan interaktif yang relevan. Akun ini menjadi

sumber informasi yang dapat diandalkan bagi masyarakat dengan intensitas unggahan yang tinggi dan tingkat interaksi yang baik.

Instagram @sekretariat_dprdkotadepok secara konsisten membagikan berbagai jenis konten yang menarik. Misalnya, konten “sunmori” (sunday morning informations) memberikan informasi ringan dan edukatif setiap minggu pagi. Konten “tahukah kamu” menyajikan fakta menarik tentang parlemen dalam format yang mudah dipahami. Ada juga “ujian selasa” (usa), sebuah konten interaktif di instagram story yang menguji pengetahuan pengikut tentang DPRD kota Depok. Selain itu, konten “kenalan yuk” memperkenalkan anggota parlemen atau staf DPRD kota Depok kepada publik, menciptakan keterhubungan yang lebih personal.

Strategi humas DPRD kota Depok dalam membangun citra positif tidak hanya bergantung pada media sosial. Didukung oleh wawancara dengan tarisa ratna ekaningtiyas, pranata humas di setjen DPRD kota Depok, terungkap bahwa mereka menggunakan pendekatan edukasi langsung kepada masyarakat. Hal ini dilakukan didukung oleh kunjungan edukasi parlemen dan program nasional seperti parlemen remaja dan parlemen kampus. Dalam interaksi langsung ini, mereka tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga melakukan dialog, simulasi persidangan, dan pengalaman langsung tentang proses legislasi di DPRD kota Depok. Pendekatan ini bertujuan untuk mengubah persepsi negatif dan meningkatkan pengetahuan tentang politik di kalangan generasi muda dan masyarakat umum.

Humas DPRD kota Depok juga memanfaatkan media sosial seperti instagram dengan baik untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif di platform ini. Mereka menggunakan berbagai fitur instagram seperti feed dan story, serta fitur interaktif seperti question box dan multiple choice, untuk meningkatkan keterlibatan pengikut. Pendekatan ini sesuai dengan preferensi audiens modern yang lebih tertarik pada konten visual dan interaktif.

Selain itu, strategi komunikasi humas DPRD kota Depok sangat terencana dengan adanya rapat redaksi bulanan untuk merencanakan konten. Mereka mempertimbangkan momen-momen penting seperti hari besar nasional, agenda DPRD kota Depok, serta profil anggota parlemen yang akan dipublikasikan. Evaluasi rutin dilakukan untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan selalu relevan dan efektif dalam mencapai tujuan pendidikan politik dan peningkatan citra DPRD kota Depok. Pendekatan komprehensif humas DPRD kota Depok dalam menggunakan media sosial dan interaksi langsung membuktikan efektivitasnya dalam membangun pengetahuan yang lebih baik tentang parlemen dan politik di Indonesia. Hal ini membuat mereka tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga berperan dalam mendidik masyarakat tentang peran dan fungsi DPRD kota Depok, yang berkontribusi pada pembentukan citra positif lembaga di mata publik.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas DPRD kota Depok didukung oleh akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok menunjukkan pendekatan yang efektif dalam membangun citra positif lembaga

tersebut. Salah satu aspek kunci dari strategi ini adalah pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan transparansi, edukasi, dan interaksi dengan masyarakat. Didukung oleh konten-konten informatif dan edukatif, seperti informasi tentang proses legislasi dan peran DPRD kota Depok, akun ini berhasil menyampaikan pesan-pesan yang relevan dan berdampak positif terhadap pengetahuan publik (andita ramadhani, 2023).

Selain itu, penggunaan berbagai fitur interaktif di instagram seperti question box dan multiple choice telah memperkuat keterlibatan pengikut. Ini tidak hanya meningkatkan kesadaran akan fungsi DPRD kota Depok, tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi dua arah. Hal ini membuat akun @sekretariat_dprdkotadepok tidak hanya sekadar sebagai saluran informasi satu arah, tetapi juga sebagai platform untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan dan pertanyaan masyarakat secara langsung (mutiara haliza pramono putri, 2023).

Strategi persuasif juga menjadi bagian integral dalam pendekatan komunikasi ini. Didukung oleh konten-konten yang dipersiapkan dengan matang, seperti penjelasan mendalam tentang keparlemenan dan peran legislasi, humas DPRD kota Depok berhasil mempengaruhi persepsi publik terhadap lembaga tersebut. Strategi persuasif ini tidak hanya membangun pengetahuan, tetapi juga kepercayaan terhadap DPRD kota Depok dengan fokus pada pendekatan personalisasi dan relevansi konten (bonardo marulitua a, s.sos., m.i.kom, 2023).

Saat menghadapi tantangan kredibilitas dan sering kali persepsi negatif dari masyarakat, strategi argumentasi menjadi penting. Tim humas DPRD kota Depok aktif memberikan klarifikasi dan penjelasan terhadap isu-isu kontroversial yang mungkin mempengaruhi citra lembaga. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik adalah akurat dan dapat dipertanggungjawabkan (harwood child, 2023).

Dalam aspek @sekretariat_dprdkotadepok pencitraan, berhasil akun menciptakan masukan positif tentang DPRD kota Depok dengan menyajikan konten-konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual. Penggunaan media visual yang efektif telah membantu dalam menarik perhatian dan membangun keterlibatan yang lebih besar dari pengikutnya. Humas DPRD kota Depok mampu memperbaiki dan mempertahankan reputasi lembaga didukung oleh media sosial (mutiara haliza pramono putri, 2023). Strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas DPRD kota Depok didukung oleh akun instagram @sekretariat_dprdkotadepok berhasil membentuk citra positif yang kuat tentang lembaga tersebut. Mereka tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial, jika digunakan dengan tepat, dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan transparansi, pengetahuan publik, dan meningkatkan membangun kepercayaan terhadap

lembaga pemerintahan (bonardo marulitua a, s.sos., m.i.kom, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi humas DPRD kota Depok didukung oleh akun instagram @sekretariat_dprkotadepok, dapat disimpulkan bahwa pendekatan yang digunakan efektif dalam meningkatkan citra positif lembaga tersebut. Strategi utama yang terbukti berhasil adalah penyediaan konten-konten informatif dan edukatif yang disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan publik tentang fungsi dan peran DPRD kota Depok, tetapi juga memperkuat keterlibatan dan hubungan antara DPRD kota Depok dengan masyarakat luas.

Selain itu, program-program seperti kunjungan edukasi parlemen, parlemen remaja, dan parlemen kampus juga memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung tindakan meningkatkan citra positif DPRD kota Depok. Didukung oleh program-program ini, masyarakat dapat lebih dekat dan terlibat langsung dengan institusi legislatif, sehingga memperkuat transparansi dan keterbukaan DPRD kota Depok. Untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi ke depan, disarankan agar humas DPRD kota Depok terus memperbarui konten-konten yang disajikan dengan tetap menjaga daya tariknya. Salah satu saran konkret adalah memperluas penggunaan video yang tidak hanya menjelaskan, tetapi juga menggambarkan interaksi dan respons positif masyarakat terhadap kegiatan DPRD kota Depok. Hal ini membuat akan lebih memperkuat citra positif lembaga di mata publik dan menjaga tingkat keterlibatan yang tinggi di platform media sosial.

REFERENSI

- Amanda. (2020). Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *ADVISED Journal of Advertising*, 1(1).
- Antoni, R. (2019). *Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung*.
- Arifudin, O. (2021). Teori-Teori Dalam Komunikasi Organisasi. In *Komunikasi Organisasi* (p. 113). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1). <https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>
- Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2).
- Fai. (2022, December 4). *Metode Penelitian Kualitatif Adalah*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. <https://umsu.ac.id/metode-penelitian-kualitatif-adalah/>
- Ginting, I. (n.d.). *Pentingnya Daya Kritis Masyarakat Tangkal HOAX*. Bebelprov.Go.Id Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Retrieved May 9, 2024, from

- https://babelprov.go.id/artikel_detil/pentingnya-daya-kritis-masyarakat-tangkal-hoax%C2%A0
- Humairah, S. (2019). *STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu)*.
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*.
- Peran Kehumasan Penting dalam Parlemen Modern*. (2020, August 20). Dpr.Go.Id. <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/29764/t/java-script>
- Perbedaan Sistem Pemerintahan Indonesia dengan Malaysia*. (2021, February 25). Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/02/25/130750469/perbedaan-sistem-pemerintahan-indonesia-dengan-malaysia>
- Saleh, M., Ismail, I., & Mau, H. A. (2022). Perbandingan Hukum Tata Negara antara Indonesia dan Singapura. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(5), 538–545. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i5.71>
- Sari, C. F. (2023). Strategi Komunikasi Angkatan Muda Pembaharuan Indonesia Sumatera Utara Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Instagram. *Universitas Medan Area*