

**OPTIMALISASI STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT DI KANTOR  
IMIGRASI KELAS I KHUSUS TPI SURABAYA MELALUI  
KOMUNIKASI DIGITAL DAN PELAYANAN INFORMASI PUBLIK**

**Frisca Asri Qorilia**

Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[friscaa.faq@gmail.com](mailto:friscaa.faq@gmail.com)

**Ariq Wahyu Eka Putra**

Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[ariqwahyuekaputra16@gmail.com](mailto:ariqwahyuekaputra16@gmail.com)

**Novan Andrianto**

Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[novan@untag-sby.ac.id](mailto:novan@untag-sby.ac.id)

**ABSTRAK**

Magang reguler menjadi bagian penting dalam mengembangkan kompetensi praktis mahasiswa, khususnya di bidang hubungan masyarakat (humas). Artikel ini membahas hasil kegiatan magang di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya. Fokus kegiatan meliputi pengelolaan layanan pengaduan, produksi konten media sosial, dokumentasi, dan penyusunan artikel publikasi eksternal. Melalui pendekatan partisipatif dan strategi komunikasi digital, mahasiswa turut mengoptimalkan fungsi humas instansi pemerintah dalam membangun citra dan meningkatkan pelayanan publik. Hasilnya menunjukkan kontribusi signifikan dalam penyampaian informasi berbasis digital serta penguatan hubungan institusional dengan masyarakat.

**Kata Kunci:** *Humas Pemerintah, Komunikasi Digital, Keimigrasian, Pelayanan Publik, Strategi Komunikasi*

**ABSTRACT**

Regular internships are an important part of developing students' practical skills, especially in the field of public relations (PR). This article discusses the results of internship activities at the Surabaya Special Class I Immigration Office. The focus of the activities included managing complaint services, producing social media content, documentation, and drafting external publication articles. Through a participatory approach and digital communication strategies, students helped optimize the public relations functions of the government agency in building its image and improving public services. The results demonstrated significant

contributions in delivering digital-based information and strengthening institutional relationships with the community.

**Keywords:** *Government Public Relations, Digital Communication, Immigration, Public Services, Communication Strategy*

## **A. PENDAHULUAN**

Dalam konteks pemerintahan, humas berfungsi membangun hubungan baik antar komponen internal, serta menjadi penghubung dengan masyarakat dan media melalui penyampaian informasi, kebijakan, serta tanggapan atas opini publik. Humas berperan penting membantu pencapaian program pemerintah, meningkatkan responsivitas, dan menyajikan informasi publik yang transparan agar masyarakat dapat memahami serta menyesuaikan diri dengan kebijakan yang ada. Pelayanan publik yang cepat dan tidak berbelit menjadi bagian dari upaya humas untuk menghadirkan kepuasan, sehingga dapat menumbuhkan citra positif bagi lembaga pemerintah di mata masyarakat. Dengan demikian, keberadaan humas tidak hanya sebatas penyampai informasi, tetapi juga sebagai penggerak citra dan kepercayaan publik (Zikri & Simon, 2020).

Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya sebagai bagian dari Kementerian Hukum dan HAM RI yang bersentuhan langsung dengan pelayanan masyarakat, memiliki tantangan besar dalam menjaga transparansi informasi, responsivitas terhadap pengaduan, serta penyebarluasan kebijakan keimigrasian secara efektif. Komunikasi publik yang dijalankan melalui fungsi hubungan masyarakat (humas) tidak hanya bersifat informatif, namun juga membangun citra, menciptakan keterlibatan publik, dan memperkuat legitimasi institusi (Sembiring & Simamora, 2024). Humas berperan sebagai penghubung antara pelayanan keimigrasian dengan publik melalui berbagai kanal komunikasi, termasuk media sosial, media massa, dan layanan pengaduan berbasis digital, yang menuntut sistem komunikasi efektif dan adaptif (Tirta et al., 2024).

Dalam membuat keputusan, kebijakan, atau aturan yang dikeluarkan pemerintah, tentu saja diperlukan komunikasi kepada masyarakat. Untuk itu, pemerintah perlu menggunakan strategi komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat didengar dan dipahami oleh masyarakat. Untuk mendapatkan strategi komunikasi yang efektif, harus mampu mengenali kekuatan dan kelemahan dari setiap aspek strategi tersebut (Lee & Krieger, 2020). Namun sebelum merancang strategi tersebut, pemerintah sebagai komunikator harus memperhatikan kondisi yang ada di lapangan, termasuk tantangan-tantangan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat (Nadia Wiyata Hanif & Setyawan, 2024).

Selama ini, strategi komunikasi institusi publik seringkali masih bersifat satu arah dan birokratis. Padahal, masyarakat kini lebih aktif dalam menyampaikan pertanyaan, kritik, hingga pengaduan melalui kanal digital. Oleh karena itu, modernisasi sistem komunikasi melalui pemanfaatan media sosial dan penguatan kanal pengaduan daring menjadi kebutuhan mendesak. Penelitian Setiawan (2022) menyatakan bahwa kualitas komunikasi publik di lembaga pemerintah berdampak langsung terhadap tingkat kepercayaan publik, terutama dalam pelayanan yang bersifat teknis seperti keimigrasian. Permasalahan yang muncul di lapangan

menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam penyampaian informasi layanan keimigrasian yang mudah dipahami publik. Hal ini dapat menimbulkan miskomunikasi, keluhan, bahkan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komunikasi yang lebih adaptif dan kreatif (Masrifah Cahyani, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk cara pemerintah memberikan layanan kepada masyarakat. Pemerintah kini harus menjamin layanan yang efisien, transparan, dan mudah diakses oleh semua kalangan. Salah satu langkah inovatif dalam hal ini adalah menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan penyampaian informasi kepada publik. Platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok kini menjadi sarana penting bagi lembaga pemerintah untuk membangun hubungan yang lebih terbuka, interaktif, dan responsif dengan masyarakat. Menurut Musgrave dan Musgrave (1989), salah satu tugas utama pemerintah adalah menyediakan layanan publik yang merata dan berkualitas sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan ekonomi. Penggunaan media sosial oleh pemerintah bisa dianggap sebagai strategi modern yang membantu meningkatkan efisiensi layanan publik serta memperluas cakupan informasi. Selain itu, media sosial juga bisa memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, yang merupakan salah satu ciri penting dari tata kelola pemerintahan yang baik (Yanti & Riofita, 2025).

Dengan demikian, artikel ini akan mengulas secara rinci bagaimana implementasi strategi komunikasi dilakukan oleh mahasiswa magang dalam mendukung penguatan humas di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya, serta bagaimana keterlibatan tersebut memberikan dampak terhadap efektivitas penyampaian informasi publik dan citra kelembagaan.

## **B. METODE PENELITIAN**

Kegiatan magang ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif-kolaboratif berbasis praktik profesional dalam program magang reguler selama dua bulan, yakni pada periode Maret hingga Mei 2025. Mahasiswa ditempatkan langsung di bawah koordinasi Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian (TIKIM) dan Tim Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya. Tujuan utama dari metode ini adalah memungkinkan mahasiswa berinteraksi langsung dengan sistem kerja kehumasan instansi pemerintah, serta mengidentifikasi kebutuhan komunikasi publik berdasarkan pengamatan langsung dan keterlibatan aktif. Adapun lokasi kegiatan dilakukan di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya yang beralamat di Jl. Raya By Pass Juanda, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Metode utama yang digunakan adalah observasi partisipatif, dokumentasi lapangan, dan refleksi praktik. Observasi partisipatif dilakukan dengan cara mengikuti kegiatan harian instansi, seperti pelayanan pengaduan masyarakat, produksi konten media sosial, peliputan kegiatan resmi, dan pertemuan internal tim Humas. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, logbook harian, dokumentasi kegiatan, serta catatan evaluasi mingguan. Kegiatan dilaksanakan penuh waktu mengikuti jam kerja instansi, yaitu Senin–Jumat.

Keberhasilan program diukur melalui indikator kuantitatif (jumlah konten, volume pengaduan yang ditangani, engagement sosial media) dan kualitatif (apresiasi dari pembimbing lapangan dan staf humas). Evaluasi berkala dilakukan setiap akhir minggu dengan pembimbing dari instansi dan universitas.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan magang reguler yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya memberikan gambaran nyata tentang praktik komunikasi publik berbasis institusi pemerintah dengan telah menghasilkan sejumlah luaran konkret yang berkontribusi terhadap penguatan strategi komunikasi publik instansi. Program magang ini tidak hanya bersifat pengamatan pasif, tetapi justru menekankan pada keterlibatan aktif mahasiswa dalam menjalankan fungsi-fungsi strategis kehumasan yang berdampak langsung pada citra dan efektivitas pelayanan publik. Selama periode magang, mahasiswa terlibat dalam berbagai aktivitas yang mencerminkan praktik komunikasi publik berbasis digital yang efektif dan adaptif. Selama kurang lebih dua bulan, mahasiswa terlibat secara intensif dalam berbagai program kerja yang memiliki dimensi publikasi, layanan informasi, dan strategi komunikasi digital yang terukur.

#### **1. Layanan Pengaduan Publik**

Salah satu kontribusi utama mahasiswa magang adalah keterlibatan dalam pengelolaan layanan pengaduan masyarakat. Mahasiswa secara langsung menangani kanal pengaduan yang diakses melalui WhatsApp dan Instagram resmi Kantor Imigrasi menjadi ruang interaksi langsung antara publik dan institusi. Dalam empat minggu pertama, mahasiswa secara mandiri menangani lebih dari 500 pesan masuk yang mencakup pertanyaan seputar pembuatan paspor, visa, hingga kendala teknis antrian online melalui aplikasi M-PASPOR, dan aduan secara profesional. Mahasiswa tidak hanya dituntut untuk memberikan respon cepat, namun juga harus memahami substansi kebijakan keimigrasian agar jawaban yang diberikan tepat dan tidak menimbulkan misinformasi dengan mengedepankan etika komunikasi dan empati terhadap masyarakat. Aktivitas ini menjadi simulasi nyata penerapan literasi kebijakan dan kecakapan komunikasi interpersonal berbasis empati yang sangat dibutuhkan dalam komunikasi publik modern yang menekankan pentingnya layanan berbasis media digital dalam membangun kepercayaan terhadap institusi pemerintah (Farhatiningsih, 2018). Serta menunjukkan adanya peningkatan efisiensi dalam merespon aduan publik dan mendekatkan layanan institusi kepada masyarakat luas.



Gambar 1. Mahasiswa Melakukan Rekap Data Dari Layanan Pengaduan

Mahasiswa juga terlibat dalam penyusunan rekap data pengaduan harian. Data tersebut dikategorikan berdasarkan jenis masalah seperti kesalahan input data, kegagalan jadwal layanan, atau kendala administrasi lainnya. Dari proses ini, mahasiswa dapat belajar bagaimana institusi memetakan kecenderungan isu yang sering muncul, sekaligus mempersiapkan materi edukatif berbasis kebutuhan masyarakat. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelibatan mahasiswa juga memberikan nilai tambah dalam pengelolaan informasi dan pengambilan keputusan berbasis data.

## **2. Produksi Konten Media Sosial**

Pada aspek produksi konten media sosial, mahasiswa menunjukkan kapasitas kreatif dan adaptif dengan terlibat dalam perencanaan dan pembuatan sejumlah konten edukatif dan informatif yang dikemas dalam format visual menarik dan ramah pengguna, seperti "Unlocked Series" konten berbentuk podcast ringan berisi penjelasan prosedur keimigrasian. Konten ini menggunakan pendekatan naratif dan gaya visual santai agar tidak terkesan kaku seperti penyampaian pemerintah pada umumnya. Selain itu, konten "Spill Isi Tas" yang mengangkat edukasi harga paspor dengan konsep personal story mahasiswa magang berhasil menarik perhatian warganet karena dinilai relatable dan informatif, dan konten tematik seperti Hari Kartini serta konten negara bebas visa untuk WNI. Konten tersebut dikemas dengan pendekatan kreatif dan berbasis data layanan aktual yang sesuai dengan kebutuhan audiens digital. Upaya ini berhasil meningkatkan interaksi pengguna di akun Instagram @imi.surabaya. Gaya penyampaian seperti ini sesuai dengan temuan Nurfadillah (2018) bahwa konten pemerintah yang dikemas dengan pendekatan naratif dan visual cenderung meningkatkan keterlibatan (engagement) di media sosial. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi visual menjadi strategi efektif dalam menjangkau generasi digital (Maulvi et al., 2023). Konten yang diproduksi mendapat respons positif dari audiens media sosial, ditunjukkan oleh meningkatnya engagement (suka, komentar, dan bagikan).



Gambar 2. Mahasiswa Berkolaborasi Produksi Konten



Gambar 3. Mahasiswa melakukan Take Konten

Perlu dicatat bahwa produksi konten dilakukan tidak hanya secara spontan, tetapi melalui proses brainstorming, penulisan naskah, pemilihan visual, pengambilan gambar/video, editing, hingga evaluasi berdasarkan metrik keterlibatan (views, likes, komentar). Mahasiswa juga dilibatkan dalam diskusi rutin bersama admin media sosial resmi instansi dan staf humas untuk menyelaraskan nada komunikasi (tone of voice) agar selaras dengan nilai-nilai institusi.

### **3. Peliputan dan Dokumentasi**

Kontribusi lain yang signifikan adalah pada peliputan dan dokumentasi kegiatan instansi. Mahasiswa dilibatkan menjadi bagian dari tim liputan berbagai agenda penting kegiatan internal dan eksternal seperti pelantikan pejabat, media tour nasional, kegiatan sosial seperti pembagian takjil, medical check up, halal bihalal antar instansi, hingga acara pelepasan jamaah haji. Dalam peliputan media tour bersama TVRI, Metro TV, dan SCTV, mahasiswa bertugas mendampingi jurnalis, dan mengambil dokumentasi behind the scenes untuk publikasi internal dan eksternal. Mahasiswa juga mengelola hasil dokumentasi tersebut menjadi konten digital, seperti video reels untuk Instagram dan footage untuk laporan humas. Dokumentasi ini tidak hanya digunakan sebagai arsip visual institusi, tetapi



juga menjadi materi publikasi yang memperkuat citra profesional dan inklusif Kantor Imigrasi di mata publik. Keterlibatan aktif mahasiswa dalam kegiatan ini mempertegas hasil penelitian (Nugraha et al., 2022) yang menyebutkan bahwa partisipasi pemuda dalam publikasi lembaga publik berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan publik.



Gambar 4. Mahasiswa Mendokumentasi Kegiatan

Pengalaman ini memberikan pelajaran strategis bagaimana instansi pemerintah berkomunikasi secara terstruktur dengan media nasional. Selain mempelajari teknis peliputan, mahasiswa juga mengamati bagaimana Kepala Kantor memberikan pernyataan pers yang diplomatis dan bagaimana komunikasi kelembagaan dibentuk melalui narasi, simbol, dan bahasa tubuh. Ini merupakan pengalaman lapangan yang memperkaya pemahaman tentang komunikasi representatif dari institusi pemerintah kepada masyarakat luas.

#### **4. Publikasi Artikel**

Tak kalah penting, mahasiswa juga dipercaya untuk menyusun artikel eksternal berjudul “Layanan Ramah Disabilitas dan Lansia di Kantor Imigrasi Surabaya” yang dipublikasikan di media massa daring. Artikel ini tidak hanya bertujuan informatif, tetapi juga mengangkat sisi humanis institusi sebagai bentuk strategi pencitraan publik (*public image building*). Dalam proses penulisannya, mahasiswa melakukan riset mini dengan mewawancarai staf layanan, mengumpulkan data dokumentasi, serta melakukan verifikasi informasi kepada pejabat terkait. Artikel ini merupakan bentuk nyata kontribusi dalam strategi komunikasi eksternal instansi, yang mengangkat nilai inklusivitas pelayanan keimigrasian. Ini sejalan dengan temuan (Rosmala et al., 2025) yang menyatakan bahwa publikasi eksternal merupakan bentuk advokasi komunikasi pemerintah untuk membangun narasi institusional yang positif.



Gambar 5. Mahasiswa Berdiskusi terkait Publikasi Artikel bersama Humas

Kegiatan ini juga membuktikan bahwa mahasiswa sebagai mitra komunikasi pemerintah dapat menjadi agen kreatif yang membantu menyusun narasi kelembagaan yang inklusif dan edukatif. Dalam pelaksanaan program, mahasiswa mampu beradaptasi dengan ritme kerja birokrasi, serta menghasilkan output yang tidak hanya kreatif tetapi juga berdampak terhadap citra institusi.

#### **5. Pelaporan Internal**

Pada aspek pelaporan internal, mahasiswa juga mendukung sistem pelaporan daring seperti penginputan data ke sistem "Lampu Si Juara" milik Ditjen Imigrasi. Mereka membantu klasifikasi data pelayanan, merekap aktivitas bulanan, serta mengelompokkan laporan berdasarkan jenis layanan (misalnya paspor biasa, paspor elektronik, ITAS, ITAP). Pengalaman ini menumbuhkan pemahaman mahasiswa terhadap pentingnya dokumentasi administratif dalam proses pengambilan keputusan institusi dan juga menunjukkan bahwa komunikasi publik tidak bisa dilepaskan dari proses administratif dan tata kelola internal yang sistematis.



Gambar 6. Mahasiswa Mengikuti Rapat Bulletin Mingguan bersama Kepala Bidang TIKIM

Seluruh kontribusi mahasiswa dalam kegiatan magang ini menunjukkan bahwa pendekatan experiential learning dalam konteks kehumasan pemerintah dapat berjalan optimal bila didukung oleh sinergi yang baik antara institusi



pendidikan dan lembaga mitra. Mahasiswa mampu berperan aktif dan strategis dalam mendukung kinerja kehumasan instansi pemerintah. Mahasiswa tidak hanya belajar secara teknis, tetapi juga memahami nuansa birokrasi, tata krama komunikasi institusional, dan bagaimana membangun citra publik yang positif melalui pendekatan yang kreatif namun tetap berakar pada nilai formal kelembagaan. Dengan berkontribusi dalam perencanaan, produksi, hingga evaluasi komunikasi publik.

Kegiatan ini juga menunjukkan pergeseran peran humas pemerintah dari sekadar penyampai informasi menjadi fasilitator dialog dan partisipasi masyarakat. Mahasiswa menjadi pelaku langsung dalam menjembatani kepentingan publik melalui media sosial, publikasi, dan layanan aduan. Hal ini memperkuat argumen (Maskhuri & Jauhari, 2022) bahwa komunikasi pemerintah yang partisipatif membutuhkan aktor-aktor baru yang adaptif dan memahami dinamika publik digital. Dengan demikian, pendekatan berbasis praktik langsung yang diterapkan dalam kegiatan magang ini menjadi model yang relevan untuk diadopsi dalam penguatan kapasitas komunikasi publik di institusi pemerintah lainnya.



Gambar 7. Mahasiswa Foto Bersama dengan Seluruh Pegawai Bidang TIKIM

Dengan demikian, kegiatan magang ini tidak hanya menghasilkan output teknis berupa konten atau laporan, tetapi juga memperkaya aspek strategis komunikasi kelembagaan. Mahasiswa menjadi bagian dari transformasi komunikasi pemerintah ke arah yang lebih terbuka, kreatif, dan inklusif, yang pada akhirnya memberikan dampak positif bagi institusi maupun masyarakat sebagai pengguna layanan publik.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil keterlibatan langsung mahasiswa dalam praktik kehumasan di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya, dapat disimpulkan bahwa peran mahasiswa dalam strategi komunikasi publik terbukti signifikan. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai aktor strategis yang mampu merancang, mengelola, dan mengevaluasi komunikasi lembaga pemerintah kepada masyarakat secara digital. Pelibatan dalam kanal pengaduan, produksi konten media sosial, peliputan kegiatan, serta pelaporan internal menunjukkan betapa pentingnya sinergi antara institusi pendidikan dan lembaga publik dalam penguatan komunikasi kelembagaan. Dari sisi akademik, kegiatan ini menjadi

ruang pengembangan kompetensi mahasiswa dalam menerapkan teori komunikasi ke dalam praktik profesional. Kegiatan ini sejalan dengan kebutuhan akan SDM komunikasi yang adaptif dan kreatif dalam menghadapi tantangan komunikasi publik di era digital.

Kegiatan magang ini juga mengonfirmasi pentingnya pendekatan experiential learning dalam menciptakan lulusan komunikasi yang siap terjun ke dunia profesional, terutama dalam konteks komunikasi pemerintahan. Integrasi kompetensi akademik dan praktik lapangan mendorong terciptanya komunikasi publik yang adaptif, inklusif, dan responsif. Dengan strategi komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif, lembaga pemerintah seperti Kantor Imigrasi Surabaya dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan publik, memperkuat kepercayaan masyarakat, dan meningkatkan kualitas layanan yang berdampak langsung pada kepuasan publik. ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Farhatiningsih, L. (2018). Optimalisasi Penggunaan Instagram Dalam Praktik Kehumasan Pemerintah. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.14>
- Lee, D., & Krieger, J. L. (2020). Moving from directives toward audience empowerment: A typology of recycling communication strategies of local governments. *Sustainability (Switzerland)*, 12(7). <https://doi.org/10.3390/su12072722>
- Maskhuri, E., & Jauhari, M. (2022). Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. *Icon: Islamic Communication and Contemporary Media Studies*, 1(1), 15–27. <https://doi.org/10.35719/icon.v1i1.2>
- Masrifah Cahyani, A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Nadia Wiyata Hanif, & Setyawan, S. (2024). Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Pembangunan Masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah Kalimantan Selatan dengan Komunitas Adat Terpencil (Suku Dayak Meratus). *Jurnal Audiens*, 5(4), 686–697. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i4.531>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Rosmala, Yodiansyah, H., Dewi, A. S. E., Kurniadi, D., & Theo, I. (2025). Peran Humas Pemerintah Membangun Citra Positif: ( Analisis Kasus Gubernur Kalimantan Selatan Tahun 2024 ). *Jurnal Ilmu Komunikasi*

- UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 10(1), 259–276.
- Sembiring, W. M., & Simamora, B. (2024). Analisis Peran Bagian Humas dalam Meningkatkan Informasi kepada Masyarakat pada Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Utara Analysis of the role of the Public Relations section in increasing information to the public at the Secretariat of the DPRD of North S. *Struktural: Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 6(1), 92–98. <https://doi.org/10.31289/strukturasi.v6i1.3805>
- Tirta, L., Ahdan, A., & Majid, A. (2024). Implementasi Hubungan Masyarakat Berbasis Digital Melalui Website Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Publik Pada Kantor DPRD Kota Makassar. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 4(2), 21–29. <https://doi.org/10.33096/respon.v4i2.227>
- Yanti, R., & Riofita, H. (2025). *Efektifitas Media Sosial Pemerintah dalam Meningkatkan Akses dan Kualitas Pelayanan Publik di Era Digital*. 9(1989), 17095–17097.
- Zikri, M., & Simon, J. (2020). Peran Humas dalam Membentuk Citra Positif pada Pemerintah Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 3(1), 80–87. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/junetmedia/article/view/868/819>