

PERAN HUMAS BADAN NARKOTIKA NASIONAL KOTA SURAKARTA DALAM MENCEGAH PENYALAHGUNAAN NARKOTIKA MELALUI *INSTAGRAM*

Ardia Septi Pramudyasari^{1*}, Rahmat Wisudawanto², Sofia Ningsih Rahayu Putri³

^{1,2,3}Universitas Sahid Surakarta
e-mail^{1*}: ardiasepti0404@gmail.com

ABSTRAK

Humas Badan Narkotika Nasional Kota (BNNK) Surakarta mulai memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyampaian informasi sekaligus edukasi bagi masyarakat sebagai bagian dari upaya pencegahan dan pemberantasan peredaran gelap Narkotika (P4GN). Artikel ini memaparkan peran Humas BNNK Surakarta dalam memanfaatkan media sosial khususnya *Instagram* berkaitan dengan upaya tersebut di atas. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data model Interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas BNNK Surakarta menerapkan 4 peran yaitu *communicator, relationship, back up management, dan corporate image*. Adapun hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa sebagian besar peran Humas memiliki kekuatan (*strength*) yang tinggi karena unggahan *Instagram* BNNK mampu memberikan sarana penyampaian informasi dan edukasi mengenai Narkotika, kelemahan (*weakness*) sebagian besar menunjukkan rendah karena unggahan *Instagram* BNNK tidak memberikan efek negatif dalam penggunaannya sebagai sarana informasi dan edukasi kepada masyarakat, peluang (*opportunity*) sebagian besar menunjukkan sedang karena jika unggahan *Instagram* BNNK bisa tersampaikan dengan baik dapat mempercepat pencapaian tujuan BNNK dalam memberantas Narkotika dan ancaman (*threats*) sebagian besar menunjukkan sedang karena jika dalam penggelolaan nya tidak dikelola dengan baik dapat memberikan citra negatif BNNK Surakarta.

Kata kunci: Badan, Humas, *Instagram*, Narkotika, Surakarta

ABSTRACT

Public Relations of the Surakarta City National Narcotics Agency (BNNK) has begun to use Instagram as a medium for conveying information as well as education for the public as part of efforts to prevent and eradicate illicit trafficking in narcotics (P4GN). This article explains the role of Surakarta BNNK Public Relations in utilizing social media, especially Instagram, in relation to the efforts mentioned above. This research is a qualitative descriptive research with interactive model data analysis techniques. The research results show that Public Relations of BNNK Surakarta implements 4 roles, namely communicator, relationship, back up management, and corporate image. The results of the SWOT analysis show that most of the Public Relations roles have high strengths because BNNK's Instagram uploads are able to provide a means of conveying information and education regarding Narcotics, most of the weaknesses show low because BNNK's Instagram uploads do not have a negative effect in their use as a means of information and education to the public, opportunities (opportunities) mostly show moderate because if BNNK's Instagram uploads can be conveyed well it can accelerate the achievement of BNNK's goals in eradicating narcotics and threats (threats) mostly show moderate because if the management is not managed well can give a negative image to BNNK Surakarta.

Key words: Agency, Public Relations, *Instagram*, Narcotics, Surakarta

PENDAHULUAN

Badan Narkotika Nasional Kota (BNNK) Surakarta merupakan institusi yang berada di bawah koordinasi Badan Narkotika Nasional Jawa Tengah. BNNK Surakarta merupakan lembaga pemerintah non kementerian (LPNK) Indonesia yang fungsi pelayanan publik, yaitu sebagai institusi yang bertugas melakukan upaya untuk mencegah dan memberantas penyalahgunaan Narkotika di wilayah Surakarta. Oleh karena itu, BNNK Surakarta membutuhkan aktivitas Humas untuk meningkatkan pelayanan informasi dan kepercayaan serta reputasi yang baik di masyarakat. Humas adalah fasilitator atau jembatan komunikasi antara institusi dengan publik (Lattimore, 2010). Peran Humas dalam sebuah institusi adalah menyampaikan informasi kepada publik. Salah satu *platform* media sosial yang digunakan untuk menyampaikan informasi pada publik adalah *Instagram* (Novianti dkk., 2020; Nugeraha dkk., 2020) Pada saat ini, hampir seluruh lembaga atau institusi termasuk BNNK Surakarta telah menggunakan *Instagram* sebagai salah satu komunikasi kehumasan karena besarnya potensi yang

dimilikinya. Pemanfaatan media sosial mendukung peran Humas apabila dikelola dengan perencanaan yang tepat (Novianti dkk., 2020), berkontribusi dalam membentuk citra institusi (Nugraha & Irwansyah, 2022; Pienrasmi, 2015; Sardi, 2021), dan sebagai media interaksi dengan publik (Sazali & Sukriah, 2021; Wulan, 2023). Humas BNNK Surakarta mulai memanfaatkan *Instagram* untuk menyampaikan informasi dan edukasi terkait dengan berbagai upaya sosialisasi pencegahan pemberantasan peredaran gelap Narkotika (P4GN). *Instagram* dipilih karena kecepatan informasi yang diterima publik. Target dan sasaran Humas BNNK Surakarta dalam menyebarkan informasi meliputi berbagai kalangan dan usia terutama orang-orang yang memiliki ketertarikan dengan isu-isu Narkotika.

Pengelolaan *Instagram* oleh Humas BNNK Surakarta dilakukan dengan menyajikan unggahan mengenai kegiatan atau kinerja instansi serta informasi dan pesan-pesan mengenai bahaya Narkotika. Unggahan di *Instagram* dapat digunakan sebagai bentuk pencegahan terhadap penyalahgunaan Narkotika di era digital. Meskipun pada praktiknya, masih banyak kendala yang perlu diperbaiki seperti dalam membangun bentuk komunikasi dua arah. Keberadaan Humas BNNK Surakarta sebagai pengelola informasi melalui pemanfaatan unggahan *Instagram* merupakan langkah inovatif dan persuasif. Pemanfaatan *Instagram* yang dikelola dengan baik yang dapat dilihat melalui unggahan yang diposting sehingga dapat memberikan dampak optimalisasi penyampaian informasi dan edukasi kepada masyarakat dengan cakupan yang luas. Edukasi kepada masyarakat mengenai bahaya penyalahgunaan Narkotika melalui peran Humas dalam pengelolaan unggahan *Instagram* yang terencana, efektif dan intensif, akan memberikan pengetahuan mengenai bahaya Narkotika sehingga penyalahgunaan Narkotika khususnya di Kota Surakarta dapat diatasi, atau minimal ditekan.

Dalam penggunaan *Instagram*, peneliti melihat BNNK Surakarta sudah dapat mengelola media sosial mereka secara optimal. Hal itu dapat dilihat dari aktifnya *Instagram* BNNK Surakarta dalam memosting unggahan kegiatan dan program institusi, atau telah menyesuaikan dengan perkembangan terkini. Di era digital, masyarakat lebih cenderung mengakses informasi lewat media sosial seperti *Instagram* dibandingkan jenis media lainnya. Penelitian ini menguraikan peran Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surakarta dalam mencegah penyalahgunaan Narkotika melalui unggahan informasi dan edukasi di media sosial *Instagram* menggunakan teori Ruslan (2012) yang menyebutkan peran Humas menjadi 4 yakni sebagai *communicator, relationship, back up management, dan corporate image*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi terkhusus pada bidang kehumasan. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi gambaran penerapan peran Humas di BNNK Surakarta dalam mengelola unggahan *Instagram* sebagai media informasi dan edukasi untuk mencegah penyalahgunaan Narkotika yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi BNNK Surakarta dalam penerapan peran Humas yang telah dilaksanakan.

TINJAUAN PUSTAKA

Humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat. Sesuai dengan namanya, maka tugas Humas adalah berhubungan dengan masyarakat. pada konteks ini, tugasnya adalah membangun citra yang positif tentang suatu lembaga. Citra positif perlu dibangun untuk mendapatkan dan menjaga kepercayaan masyarakat atau publik. Kepercayaan sangat penting bagi suatu lembaga karena berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu organisasi. Tujuan suatu lembaga dapat tercapai secara maksimal apabila mendapatkan kepercayaan yang baik atau tinggi oleh masyarakat. Pada lembaga atau organisasi yang bergerak di sektor ekonomi, bank misalnya, akan mendapatkan banyak nasabah dan produk-produk ditawarkan menjadi laku. Pada lembaga pendidikan, kepercayaan publik berimbas pada jumlah raihan peserta didik, pada lembaga atau organisasi politik, kepercayaan masyarakat sangat penting untuk menjaga jumlah suara dan kursi didapat di pemerintahan. Pada lembaga swadaya masyarakat atau organisasi yang bergerak pada bidang jasa nonprofit/nirlaba, kepercayaan masyarakat sangat dibutuhkan sehingga visi dan misi ditetapkan organisasi dapat tercapai. Oleh karena itu, peran Humas sangat dibutuhkan pada suatu organisasi untuk membangun citra dan hubungan yang baik di dan dengan masyarakat. secara eksternal, Humas merupakan jembatan penghubung antara organisasi dengan masyarakat ataupun sebaliknya. Secara internal, Humas juga harus mampu menjadi jembatan penghubung serta menciptakan citra baik di lingkungan organisasi. Bahkan ketika terjadi persoalan dengan organisasi yang berdampak pada citra lembaga, Humas harus mengambil peran dalam mengelola situasi. Mengapa demikian, karena Humas menurut Edward L. Bernays suatu manajemen yang berfungsi untuk memberikan penjelasan kepada masyarakat atau publik, membujuk secara

langsung kepada masyarakat supaya dapat mengubah sikap dan tindakan, berusaha mengintegrasikan tindakan dan sikap dari suatu masalah yang terjadi dengan masyarakat serta dari masyarakat terhadap suatu masalah tersebut (Andipate, 2020; Sujanto, 2019).

Badan Nasional Narkotika Kota Surakarta dibentuk pada 29 Desember tahun 2017 berdasarkan Undang-undang No. 35 Tahun 2009 tentang Narkotika, Surat Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor : B/614/M.KT.01/2017 tentang Pembentukan 21 (dua puluh satu) Badan Narkotika Nasional Kabupaten/Kota tgl 27 November 2017, dan Peraturan Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia Nomer 23 Tahun 2017 tentang Perubahan Ke Lima atas Peraturan Kepala Badan Narkotika Nasional No.3 Tahun 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Narkotika Nasional Provinsi dan Badan Narkotika Nasional Kabupaten/Kota tanggal 29 Desember 2019 (Bnnsurakarta, n.d.). Selain melakukan upaya dalam pencegahan, penanganan, pemberantasan tentang obat-obatan terlarang, BNN juga melakukan fungsi pelayanan antara lain dari aduan masyarakat, rehabilitasi, tes urin, konsultasi hukum, uji lab dan perizinan precursor.

Beberapa kajian tentang pemanfaatan media sosial khususnya Instagram untuk mendukung peran Humas memang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, antara lain oleh Tassya Pratiwi dan koleganya (2024), serta Rifki Bunayya (2024). Kajian Tassya membahas tentang bagaimana Humas Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Surakarta dalam memanfaatkan *Instagram* dan Rifki Bunayya membahas perihal pemanfaatan media sosial tersebut oleh Humas Pengadilan Negeri Surabaya. Tassya menyimpulkan berdasar penelitian yang ia lakukan, Humas DPRD Surakarta belum maksimal dalam memanfaatkan Instagram sebagai media untuk membangun citra. Hal itu dilihat dari analisis SWOT yang dilakukannya dalam penelitian. Hal itu berkebalikan dengan hasil kajian yang dilakukan oleh Bunayya. Bunayya menyimpulkan jika Pengadilan Negeri Surabaya sangat aktif dalam menjalankan peran, khususnya dalam hal *back up management* terkait layanan pengadilan yang dibutuhkan oleh masyarakat melalui akun IG. Dari kajian terdahulu tersebut dapat dilihat kebaruan dari kajian ini yakni berkaitan dengan obyek kajian yang berbeda. Dimana kajian ini melihat pemanfaatan IG oleh Badan Narkotika Nasional Kota Surakarta dalam upaya mengatasi masalah Narkotika. Obyek kajian yang berbeda tentu menghasilkan sesuatu yang berbeda pula.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti juga mendeskripsikan data kualitatif dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Badan Narkotika Nasional Kota Surakarta yang berada di Jl Ki Ageng Mangir No.Gang 2, Penumping, Kecamatan Laweyan Kota Surakarta dengan sumber informan Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surakarta. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif model Interaktif Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2007).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis peran Humas BNNK Surakarta dalam mencegah penyalahgunaan Narkotika melalui unggahan informasi dan edukasi di media sosial *Instagram* didasarkan pada teori peran Humas menurut Ruslan (2012) yang meliputi: Humas sebagai *communicator*, Humas sebagai *relathionship*, Humas sebagai *back up management* dan Humas sebagai *Corporate Image*.

1. Peran Humas sebagai *Communicator*

Sebagai komunikator, Humas BNNK Surakarta dituntut untuk memiliki kemampuan sebagai penghubung informasi antara organisasi dengan publik. Berdasarkan pengertian tersebut, Humas BNNK bertindak memberikan informasi kepada publik mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tujuan organisasi yakni berkaitan dengan informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai Narkotika. Selain itu, Humas bertindak mewakili BNNK Surakarta dalam membangun komunikasi dengan fokus memberikan pelayanan kepada masyarakat mengenai pencegahan dan penyalahgunaan Narkotika.

2. Peran Humas sebagai *Relationship*

Humas memiliki kemampuan dalam membina hubungan yang baik dengan eksternal organisasi. Humas BNNK Surakarta melakukan peran dalam membina hubungan baik dengan eksternal organisasi. Hal tersebut dilihat dari unggahan kerja sama BNNK Surakarta. Humas BNNK Surakarta menjalin hubungan yang baik melalui keaktifan *sharing* dan *mention* unggahan konten melalui *Instagram* pada

saat melakukan kerja sama dalam suatu kegiatan dengan institusi di lingkup eksternal terkait. Selain itu, Humas BNNK Surakarta saat ini juga aktif dalam melibatkan masyarakat dalam produksi konten. Melalui hal tersebut Humas BNNK Surakarta menjalin hubungan dengan meminta kontak atau sosial media masyarakat terkait untuk kemudian dapat membantu dalam sharing konten unggahan sehingga dapat meningkatkan *tracking* dan *viewers Instagram* BNNK Surakarta.

3. Peran Humas sebagai *Back Up Management*

Humas berperan dalam mendukung fungsi manajemen organisasi, artinya bahwa Humas berperan dalam menunjang aktivitas organisasi dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam mekanisme pelaksanaan *back up management* kolaborasi antara Humas dan P2M, Humas mengalami beberapa kendala karena harus menyesuaikan publikasi konten mengenai program kerja divisi P2M padahal Humas memiliki target produksi konten tersendiri. Sehingga hal tersebut menyebabkan Humas BNNK Surakarta tidak dapat memaksimalkan peran back up management melalui unggahan di *Instagram* karena proses editing hingga publikasi memerlukan banyak waktu dan target konten Humas BNNK Surakarta lainnya.

4. Peran Humas sebagai *Corporate Image*

Humas memiliki peranan dalam upaya mengelola kepercayaan khalayak sehingga organisasi memiliki citra positif. Humas menciptakan kepercayaan publik kepada organisasi terkait kinerja yang dicapai organisasi sehingga masyarakat tidak meragukan integritas dan profesionalitas organisasi. Humas BNNK Surakarta menjalankan peran sebagai *corporate image* dengan menjaga eksistensi jumlah *viewers* unggahan *Instagram* BNNK Surakarta sesuai dengan target yang dibuat oleh BNN pusat. Selain itu untuk menjaga nama baik dan kepercayaan masyarakat, Humas BNNK Surakarta menyelenggarakan *pers realese* dengan tujuan agar masyarakat mengerti kinerja baik yang telah dilakukan BNNK Surakarta dalam memberantas penyebaran Narkotika khususnya di Surakarta.

Pada bagian ini disajikan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada tiap-tiap peran Humas yang sudah dilakukan BNNK Surakarta. Hasil dari analisis SWOT ini dapat diamati sebagai berikut.

Tabel. 1 Analisis SWOT (dalam persen)

Peran	Strength			Weakness			Opportunity			Threats		
	R	S	T	R	S	T	R	S	T	R	S	T
<i>Communicator</i>	0	0	100	100	0	0	100	0	0	0	100	0
<i>Relationship</i>	0	100	0	100	0	0	0	100	0	100	0	0
<i>Back Up Management</i>	100	0	0	0	100	0	0	100	0	0	100	0
<i>Corporate Image</i>	0	0	100	0	100	0	0	0	100	0	0	100

Sumber: olah data penelitian.

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa peran Humas BNNK Surakarta dapat dikaji keunggulan dan kekurangannya melalui analisis SWOT. Pada peran *communicator*, tingkat kekuatannya (*strength*) termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini disebabkan *Instagram* adalah media yang mampu menyajikan pesan baik secara audio dan visual (Arum et al., 2020) sehingga pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat. Humas dapat memaksimalkan peran sebagai *communicator* dengan memanfaatkan *Instagram* di dalam berkomunikasi dengan publik. Hal ini disebabkan media sosial dapat digunakan untuk memudahkan pelayanan publik dengan kecepatan distribusi informasi, transparansi, dan kemampuannya dalam melakukan komunikasi dua arah (Maulvi et al., 2023). Akan tetapi, dalam penyediaan informasi, humas harus memperhatikan pluralisme dan *cultural sensitiviti* di masyarakat (Satira & Hidriani, 2021). Adapun pada kategori kelemahan (*weakness*), peran Humas sebagai *communicator* menunjukkan tingkat kelemahan yang rendah. Hal ini disebabkan karena Humas BNNK Surakarta mampu menjadi fasilitator informasi mengenai Narkotika kepada publik melalui *Instagram* dengan baik. Selain itu pada peran Humas sebagai *back up management* memiliki tingkat kekuatan

(*strength*) termasuk dalam kategori rendah. Hal ini disebabkan karena beberapa kendala yang dihadapi oleh Humas dalam melakukan kolaborasi produksi konten unggahan *Instagram* dengan divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M). Adapun kelemahan (*weakness*) peran Humas sebagai *back up management* menunjukkan tingkat kelemahan yang sedang. Hal ini disebabkan karena mekanisme yang tidak berjalan baik belum diperbaiki oleh BNNK Surakarta sehingga sinergi antara Humas dengan divisi P2M sering terjadi kendala.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari empat tahap peran Humas yang dijalankan BNNK Surakarta dalam mencegah penyalahgunaan Narkotika melalui unggahan informasi dan edukasi tersebut terdapat satu permasalahan pada peran Humas sebagai *back up management* mengenai mekanisme dan jadwal yang berbeda antara Humas dengan divisi P2M untuk produksi dan publikasi konten oleh Humas BNNK Surakarta pada kegiatan program kerja divisi P2M seperti pada kegiatan sosialisasi. Selain itu, Humas sendiri memiliki target konten lain sehingga apabila divisi P2M memiliki banyak kegiatan tentunya akan mengganggu fokus dan target konten Humas lainnya. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan peran Humas sebagai *back up management* melalui unggahan informasi dan edukasi di sosial media *Instagram* tentunya dapat memberikan evaluasi bagi BNNK Surakarta dengan melihat *viewers* dan komentar dari masyarakat dari unggahan informasi dan edukasi di sosial media *Instagram*.

Humas BNNK Surakarta diharapkan terus memertahankan peran Humas sebagai *communicator, relationship* dan *corporate image*. Hal ini disebabkan karena sebagai institusi yang memberikan pelayanan kepada masyarakat terutama pada bidang pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan Narkotika, ketiga peran tersebut menjadi unggahan unggulan yang terus di *update* kepada publik dilihat dari konten yang menarik dan jumlah unggahan yang lebih banyak. Adapun peran Humas sebagai *back up management* harus ditingkatkan karena dilihat dari jumlah konten yang masih sedikit dan mekanisme yang rumit serta perbedaan jadwal kegiatan antara Humas dengan divisi P2M mengenai konsep unggahan *Instagram*

DAFTAR PUSTAKA

- Andipate, A. A. (2020). *Paradigma Baru Public Relation*. Raja Grafindo Persada.
- Arum, M., Ramadhanti, D., & Andi, R. (2020). Peran Humas Pt. Kai Dalam Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Media Publisitas. *Jisip-Unja*, 4(1), 34–43.
- Bnnsurakarta. (n.d.). *BNN One Stop Service*. Retrieved January 2, 2023, from <https://surakartakota.bnn.go.id/sejarah/>
- Hidayat, R. B. (2024). PERAN HUMAS PENGADILAN NEGERI SURABAYA DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Komunitas*, 9(2), 46–43. <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JKOM/article/view/1359/1089>
- Lattimore, B. D. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Salemba Humanika.
- 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>
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., Rejeki, S., & Padjadjaran, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Al Munir*, 11(1), 48–59.
- Nugeraha, A., Karim, A., & Nurliah. (2020). Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal Di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi Unmul*, 1(1), 1–15.
- Nugraha, P. S., & Irwansyah, I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kehumasan Digital Kementerian Luar Negeri. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 35–48. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.35-48>
- Oktaviastuti, Tassy Pratiwi; Wisudawanto, Rahmat, Putri, S. N. R. (2024). Implementasi Strategi Humas DPRD Surakarta di Instagram. *Komunitas : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JKOM/article/view/1757/1227>
- Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan Social Media Oleh Praktisi Public Relations Di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 199–210. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art6>
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. PT.RajaGrafindo Persada.

- Sardi, A. N. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Kegiatan Kehumasan Perpustakaan Ipdn Jatinangor. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 3(2), 70–82.
<https://doi.org/10.33701/jtkp.v3i2.2312>
- Satira, U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Sadida: Islamic Communications Media Studies*, 1(1), 179–202.
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) oleh Humas Smau CT Foundation sebagai Media Informasi dan Publikasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 147–160.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis Cetakan kesembilan*. ALFABETA.
- Sujanto, R. Y. (2019). *Pengantar Public Relations di Era 4.0*. Pustaka Baru.
- Wulan, bunga D. N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Strategi Kehumasan Digital di Pemerintah Kabupaten Bantul. *Jimps*, 8(4), 4664–4671.