



Strategi Kinerja Humas Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor dalam Penyampaian Informasi Pelayanan

Public Relations Performance Strategy of Perumda Tirta Pakuan Bogor City in Delivering Service Information

Velentina Setiawan^{1*}, Ika Sartika²

^{1,2}Sekolah Vokasi IPB, Indonesia

Corresponding author*: odheliasetiawan@gmail.com

Abstrak

Penyampaian informasi yang efektif menjadi aspek fundamental dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga penyedia layanan publik. Divisi Humas Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor memegang peranan penting dalam menjamin kelancaran komunikasi dengan masyarakat, terutama terkait layanan air bersih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan dalam menyampaikan informasi pelayanan kepada masyarakat, serta mengevaluasi strategi tersebut dalam membangun persepsi publik yang positif. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan: (1) strategi komunikasi yang digunakan berpijak pada 4 model *public relations*, di mana organisasi dan publik saling berbagi informasi secara terbuka dan responsif. (2) Media dan metode komunikasi yang digunakan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor dalam menyampaikan informasi pelayanan. Meskipun komunikasi digital melalui media sosial cukup dominan, masih ditemukan kendala dalam jangkauan informasi, terutama pada masyarakat yang kurang akrab dengan media digital. Temuan ini menegaskan perlunya sinergi antara media digital dan tradisional guna meningkatkan keterjangkauan informasi pelayanan.

Kata Kunci: Humas; Informasi Pelayanan; Komunikasi Dua Arah; Strategi Komunikasi; Tirta Pakuan.

Abstract

Effective information delivery is a fundamental aspect in building public trust in public service providers. The Public Relations Division of Perumda Tirta Pakuan, Bogor City plays an important role in ensuring smooth communication with the public, especially regarding clean water services. The purpose of this study is to describe the communication strategy implemented by Perumda Tirta Pakuan Public Relations in delivering service information to the public, and to evaluate the strategy in building positive public perception. With a qualitative descriptive approach, data was obtained through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The results of the study show: (1) the communication strategy used is based on 4 public relations models, where organizations and the public share information openly and responsively. (2) Media and communication methods used by Perumda Tirta Pakuan Public Relations, Bogor City in delivering service information. Although digital communication through social media is quite dominant, there are still obstacles in the reach of information, especially for people who are less familiar with digital media. This finding emphasizes the need for synergy between digital and traditional media to increase the accessibility of service information.

Keyword: Public Relations; Service Information; Two-Way Communication; Communication Strategy; Tirta Pakuan.

PENDAHULUAN

Komunikasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan manusia pada umumnya, komunikasi tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi tetapi juga menjadi alat penting dalam membentuk pemahaman dan kepercayaan masyarakat. Melalui komunikasi, manusia dapat mengetahui informasi yang diperlukan dari orang lain sehingga menjadikan manusia yang tadinya tidak tahu menjadi tahu, yang akhirnya akan mengerti dan memahami pesan yang sudah tersampaikan akan dapat menghasilkan *feedback* (Rahutomo 2013). Informasi adalah hak asasi manusia, informasi merupakan kebutuhan dasar masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Komunikasi organisasi dalam pelayanan publik tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan proses interpretasi pesan oleh masyarakat dalam konteks sosial yang beragam. Peran komunikasi menjadi semakin penting seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses, terutama dalam sektor yang berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar seperti layanan air bersih. Penyampaian informasi pelayanan publik memerlukan strategi komunikasi yang terstruktur dan adaptif terhadap dinamika sosial masyarakat. Pada konteks lembaga penyedia layanan, keberadaan fungsi kehumasan menjadi penting untuk memastikan bahwa informasi yang bersifat teknis maupun administratif dapat dipahami secara utuh oleh publik. Kebutuhan akan layanan publik yang transparan dan informatif menuntut lembaga pemerintah untuk menyusun strategi komunikasi yang efektif.

Komunikasi publik merupakan bagian penting dalam praktik hubungan masyarakat, terutama pada lembaga penyedia layanan publik seperti Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor. Penyampaian informasi bukan hanya berdampak pada kepuasan pelanggan, tetapi juga mempengaruhi kepercayaan publik terhadap institusi. Pada konteks ini, divisi Humas berfungsi sebagai penghubung utama antara perusahaan dengan masyarakat. Penyampaian informasi yang baik akan memastikan keterjangkauan dan pemahaman yang lebih mudah bagi penerima informasi, sehingga dapat menghindari kesalahan penyebaran informasi yang merugikan pihak terkait. Keterbukaan Informasi menjadi sarana penting untuk mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan badan publik lainnya, serta semua hal yang berpengaruh pada kepentingan publik atau kepentingan bersama (Ulumiyah dan Gati 2024).

Menurut Nugraha *et al* (2022), informasi dan komunikasi kini telah menjadi bagian gaya hidup bagi masyarakat. Kebijakan komunikasi sebagai sebuah perspektif ilmu komunikasi mencoba untuk menawarkan pengetahuan yang pada akhirnya bisa menghadirkan kesadaran bagi masyarakat untuk lebih cerdas menyikapi sebuah kebijakan. Proses komunikasi menunjukkan pentingnya proses tersebut seperti proses komunikasi membentuk struktur pesan yang dikirim dan diterima, proses pengelolaan konflik melibatkan pemahaman tentang perbedaan persepsi dan interpretasi yang ada antar individu atau kelompok. Gambaran secara sederhana dari proses komunikasi, yang menunjukkan keterkaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya disebut dengan model komunikasi (Saputri *et al.* 2022). Model komunikasi membantu mempelajari dan menganalisis komunikasi. Model ini juga membantu institusi mengorganisasikan data, serta menyusun kerangka konseptual mengenai apa yang akan diucapkan maupun ditulis. Pemilihan media komunikasi merupakan elemen penting dalam strategi hubungan masyarakat.

Pada era digital ini, organisasi tidak hanya mengandalkan media konvensional seperti surat kabar, baliho, atau pengumuman cetak melainkan juga memanfaatkan media

digital, seperti media sosial (Instagram, Twitter, Facebook), situs web resmi, dan layanan pesan instan (WhatsApp, Telegram), sebagai saluran utama dalam menyampaikan informasi. Keunggulan media digital terletak pada kemampuannya untuk menyebarkan informasi dengan cepat, memiliki jangkauan yang luas, serta memungkinkan interaksi langsung dengan masyarakat.

Kinerja humas yang baik dapat meningkatkan pemahaman publik tentang kebijakan, program atau kegiatan yang dilaksanakan serta menumbuhkan kepercayaan dan mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses informasi publik. Kemampuan humas sangat penting untuk kinerja pemerintahan, selain berfungsi sebagai alat komunikasi, humas juga berfungsi sebagai penghubung antar berbagai pihak yang terlibat dalam organisasi baik internal maupun eksternal untuk memberikan informasi tentang layanan. Menurut Wati *et al* (2023), humas merupakan proses interaksi di mana opini publik digunakan oleh humas untuk membantu kedua belah pihak memahami dan meningkatkan motivasi publik dan partisipasi dalam tujuan menumbuhkan kebaikan hati dan kepercayaan satu sama lain.

Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor sebagai perusahaan daerah yang bertanggung jawab dalam penyediaan layanan air bersih dituntut tidak hanya memberikan pelayanan teknis yang optimal, tetapi juga harus mampu menyampaikan informasi layanan secara transparan dan responsif kepada seluruh pelanggan. Salah satu aspek penting dari strategi komunikasi humas adalah pemilihan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Strategi komunikasi mencakup kombinasi optimal dari elemen-elemen komunikasi seperti komunikator, pesan, media (saluran), komunikan, serta efek yang diharapkan. Oleh karena itu, ketepatan dalam memilih media menjadi kunci keberhasilan komunikasi organisasi, Humas Perumda Tirta Pakuan memanfaatkan berbagai media komunikasi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor dalam penyampaian informasi pelayanan kepada masyarakat serta menelaah penggunaan media dan metode komunikasi yang digunakan dalam proses tersebut. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini berfokus pada pemahaman terhadap proses, makna, dan dinamika interaksi yang terbentuk dalam praktik komunikasi layanan publik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor dalam penyampaian informasi pelayanan kepada masyarakat. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap proses, makna, serta dinamika komunikasi dari perspektif para pelaku dan penerima pesan dalam konteks sosial yang alami. Penelitian ini dilakukan di kantor Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor yang berlokasi di Jalan Siliwangi No. 121, Sukasari, Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa unit Humas di institusi tersebut secara langsung bertanggung jawab dalam proses penyampaian informasi pelayanan publik.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposive, terdiri dari Kepala Divisi Humas, Asisten

Humas, Staf Humas yang memiliki tanggung jawab dalam perencanaan dan pelaksanaan komunikasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan tambahan, terdiri dari Ketua RT/RW yang sering dilibatkan dalam penyebaran informasi di wilayahnya, serta masyarakat yang menerima layanan dari latar belakang sosial dan akses media yang beragam.



Gambar 1. Kantor Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor (Arsip Pribadi)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi dalam pelayanan publik menuntut kejelasan, kesinambungan, dan kemampuan beradaptasi terhadap konteks sosial masyarakat yang terus berkembang. Penyampaian informasi oleh lembaga publik tidak hanya bergantung pada isi pesan yang disusun, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikemas dan disalurkan melalui media yang tepat. Situasi sosial, kebiasaan masyarakat, serta karakteristik wilayah turut memengaruhi cara sebuah informasi diterima dan dimaknai. Penyampaian informasi pelayanan seperti jadwal distribusi air, gangguan teknis, dan tata cara pengaduan membutuhkan strategi komunikasi yang tidak bersifat seragam. Pilihan media dan bentuk penyampaian pesan perlu disesuaikan dengan kebiasaan berkomunikasi dan tingkat akses informasi yang dimiliki oleh warga.

Saluran komunikasi yang hanya mengandalkan satu jenis media berisiko tidak menjangkau sebagian kalangan, terutama pada kelompok masyarakat yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital. Situasi tersebut mendorong perlunya pendekatan yang adaptif dan partisipatif. Komunikasi yang efektif tidak hanya berjalan dalam satu arah, melainkan membuka ruang dialog antara lembaga dan masyarakat. Maka dari itu, pentingnya merancang strategi yang memungkinkan terjadinya umpan balik, serta merespons kebutuhan dan persoalan yang muncul secara langsung dari lingkungan penerima layanan.

Strategi Kinerja Humas Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor dalam Penyampaian Informasi Pelayanan

Menurut Zamzami dan Sahana (2021), komunikasi adalah suatu proses interaksi antara sesama makhluk tuhan baik dengan menggunakan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku dan tindakan. Pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang seperti melalui lisan, tulisan maupun sinyal-sinyal non verbal. Komunikasi yang dijalankan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan menunjukkan kecenderungan untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keterhubungan yang aktif dengan

masyarakat. Pola komunikasi yang terbentuk mengarah pada prinsip dua arah, di mana pesan tidak berhenti pada penyampaian, tetapi dilanjutkan dengan ruang tanggapan dan klarifikasi.

Pentingnya komunikasi memainkan peran kunci dalam menentukan apakah suatu perusahaan dapat mencapai tujuannya (Siregar dan Usriyah 2021). Ini terlihat dari cara-cara yang ditempuh untuk menjangkau publik secara langsung maupun melalui media digital, serta adanya keinginan untuk merespons pertanyaan atau masukan yang masuk dari masyarakat. Komunikasi yang dilakukan oleh Humas tidak hanya bergantung pada kelengkapan dan keakuratan informasi yang disampaikan, tetapi juga pada cara penyampaian yang harus mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Komunikasi yang baik juga mencakup kemampuan Humas dalam mendengarkan dan merespons umpan balik dari masyarakat sehingga dapat membangun keterbukaan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan tidak berdiri pada satu pola tunggal, melainkan merupakan kombinasi dari berbagai pendekatan komunikasi yang digunakan secara situasional sesuai dengan kebutuhan informasi dan karakteristik khalayak. 4 model of public relations yang digunakan untuk komunikasi humas sebagaimana dirumuskan oleh Grunig dan Hunt (1984) hadir dalam bentuk yang saling melengkapi dalam praktik humas lembaga ini. Model *Public Relations* yang dikembangkan oleh Grunig dan Hunt (1984) terdiri dari 4 pendekatan utama yang mencerminkan bagaimana organisasi berkomunikasi dengan publiknya, yaitu:

1. Model *Press Agency/Publicity* terlihat ketika humas memproduksi konten yang bersifat membangun atensi publik, seperti unggahan di media sosial yang memuat kampanye layanan, kegiatan sosial, atau pencapaian tertentu. Pendekatan ini bertujuan menciptakan kesadaran dan ketertarikan publik terhadap aktivitas perusahaan tanpa adanya proses verifikasi informasi dari pihak penerima.
2. Model *Public Information* digunakan dalam penyampaian informasi teknis yang bersifat satu arah dan informatif, seperti pengumuman jadwal distribusi air, gangguan jaringan, atau pemberitahuan tarif. Pesan disusun untuk memberikan pemahaman faktual kepada masyarakat, tanpa adanya intensi untuk memengaruhi atau membujuk.
3. Model *Two-Way Asymmetrical* muncul ketika humas menyusun strategi komunikasi yang mempertimbangkan reaksi publik, tetapi tetap berpihak pada tujuan organisasi. Misalnya, saat menjawab keluhan warga atau menyikapi opini masyarakat terhadap kebijakan tertentu, humas menyesuaikan pesan agar lebih bisa diterima, namun tidak serta-merta menyesuaikan kebijakan secara substansial.
4. Model *Two-Way Symmetrical* digunakan ketika terjadi interaksi dua arah yang bersifat timbal balik, seperti melalui forum diskusi, kolom komentar digital, atau koordinasi dengan tokoh masyarakat. Model ini, komunikasi berlangsung sebagai proses dialog yang memungkinkan penyesuaian antara kepentingan organisasi dan kebutuhan masyarakat secara setara.

Situasi komunikasi yang demikian dapat dijelaskan lebih jauh melalui kerangka Interaksionisme Simbolik dari Blumer (1969), yang menekankan bahwa makna terbentuk melalui interaksi sosial, bukan melekat secara otomatis pada simbol atau pesan itu sendiri. Terdapat tiga poin penting dari teori ini yang relevan dalam memahami strategi komunikasi humas. Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap (Effendi *et al.* 2024). Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain:

1. Pikiran (*Mind*)

Kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain.

2. Diri (*Self*)

Kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*The-Self*) dan dunia luarnya.

3. Masyarakat (*Society*)

Jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Dengan memahami ketiga prinsip ini, strategi komunikasi humas tidak hanya bertugas mengirim informasi, melainkan juga harus menyadari bagaimana pesan ditafsirkan dan berdampak dalam tindakan sosial masyarakat. Pendekatan seperti ini menempatkan komunikasi bukan sekadar aliran data, tetapi sebagai proses sosial yang hidup dalam keseharian publik yang dilayani.

Media dan Metode Komunikasi yang digunakan Oleh Humas Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor

Pilihan media dan metode komunikasi yang digunakan oleh Humas mencerminkan keberagaman karakteristik masyarakat yang dilayani. Humas Perumda Tirta Pakuan mengadopsi pendekatan yang bersifat majemuk, dengan menggabungkan media digital dan metode komunikasi konvensional. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp menjadi saluran utama untuk menyampaikan informasi secara cepat dan langsung. Platform ini dipilih karena memiliki tingkat jangkauan tinggi, khususnya bagi warga yang aktif menggunakan perangkat digital. Informasi berupa pengumuman gangguan air, jadwal distribusi, hingga respons atas keluhan sering kali dipublikasikan melalui saluran ini dalam bentuk visual singkat dan teks yang padat.

Namun demikian, ketergantungan pada media digital tidak serta-merta menjadi solusi tunggal. Untuk menjangkau warga yang kurang aktif secara digital, humas menggunakan jalur komunikasi berbasis komunitas, seperti penyebaran informasi melalui ketua RT atau RW, penyampaian langsung oleh petugas lapangan, serta media cetak seperti selebaran atau spanduk di titik-titik strategis. Metode ini menjadi penghubung yang efektif di wilayah dengan keterbatasan akses internet atau masyarakat yang lebih nyaman menerima informasi secara langsung.

Strategi pemilihan metode komunikasi juga memperhatikan konteks sosial wilayah. Kombinasi keduanya memberi ruang untuk menjangkau masyarakat dari berbagai latar belakang usia, akses teknologi, dan preferensi media. Humas memanfaatkan kekuatan relasi sosial lokal untuk mempercepat distribusi informasi, sembari tetap menjaga konsistensi isi pesan di semua saluran. Media dan metode yang digunakan menjadi simbol yang membawa nilai, dan makna dari pesan sangat ditentukan oleh siapa yang menyampaikan, bagaimana cara penyampaiannya, serta seberapa dekat hubungan sosial antara penyampai dan penerima. Keberagaman pendekatan komunikasi yang diterapkan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan mencerminkan adanya kesadaran terhadap pentingnya penyesuaian strategi berdasarkan situasi sosial masyarakat. Tidak ada satu media atau

metode yang dominan melainkan saling melengkapi untuk menjamin bahwa informasi pelayanan sampai kepada masyarakat dengan utuh dan dapat dimaknai sebagaimana mestinya.

KESIMPULAN

1. Strategi komunikasi yang dijalankan oleh Humas Perumda Tirta Pakuan Kota Bogor mencerminkan penerapan 4 model komunikasi humas menurut Grunig dan Hunt secara situasional. Pendekatan ini menunjukkan fleksibilitas dalam menyampaikan informasi pelayanan kepada masyarakat dengan mengakomodasi prinsip komunikasi dua arah yang partisipatif dan adaptif terhadap kondisi sosial.
2. Media dan metode komunikasi yang digunakan menggabungkan saluran digital seperti media sosial dan pesan instan, dengan pendekatan konvensional melalui tokoh masyarakat dan media cetak. Perpaduan ini memungkinkan informasi pelayanan menjangkau masyarakat secara lebih merata, dengan mempertimbangkan keragaman akses, kebiasaan komunikasi, dan konteks lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayudia AP, Wulandari SS. 2021. Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration: Education and Practice*. 1(2), 249 – 268. [diunduh 01 Feb 2025]. doi: doi.org/10.26740/joap.v1n2.p249-268.
- Amalia R, Huda N. 2020. Implementasi Sistem Informasi Pelayanan Kesehatan Pada Klinik Smart Media. *Jurnal Sistem Informasi dan Komputer*. 9(3), 332 – 338. [diunduh 10 Mar 2025]. doi: doi.org/10.32736/sisfokom.v9i3.884.
- Ariyanti A. 2019. Analisis Pengaruh Komunikasi Efektif Dan Koordinasi Terhadap Motivasi Kerja Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Ilmiah M-Progress*. Fakultas Ekonomi, Universita Dirgantara Marsekal Suryadarma. 9(2), 184-196. [diunduh 01 Feb 2025]. doi: doi.org/10.35968/m-pu.v9i2.346.
- Effendi E, et al. 2024. Interaksionisme Simbolik dan Prakmatis. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*. 4(3), 1088 – 1095. [diunduh 02 Feb 2025]. doi: doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.514.
- Equatora MA, Awi LM. 2021. *Teknik pengumpulan data klien*. Bitread Publishing.
- Fadilla BW, Marsofiyati. 2023. Analisis Peran Hubungan Masyarakat Pada Pt. Prima Mitra Elektrindo. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*. 2(4), 203– 214. [diunduh 02 Feb 2025]. doi: doi.org/10.58192/populer.v2i4.1473.
- Fitria AR, Pratikto RG. 2021. Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Kementerian Komunikasi dan Informatika Dalam Mensosialisasikan Program Layanan Aduan Konten. *Jurnal Online Mahasiswa*, Fakultas Ilmu Komunikasi. 5(2), 9 – 15. [diunduh 03 Feb 2025]. doi: <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/issue/view/15>.
- Grunig JE, Hunt T. 1984. *Managing Public Relations*. United States of America: Canada.
- Hardani AN, et al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). Yogyakarta [ID]: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Kurniasari D, Hakim L, Syaifudin M. 2024. Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Journal On Education*. 6(2), 12175–12184. [diunduh 03 Feb 2025]. doi: doi.org/10.26740/joap.v1n2.p249-268.

- Nugraha AR, Sjroraida DF, Novianti E. 2022. Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*. 6(2), 286 – 310. [diunduh 05 Feb 2025]. doi: doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095.
- Nofriani R, Kurniadi H. 2020. Strategi Humas dan Kaitannya Dengan Peningkatan Mutu Layanan di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*. 2(1), 26 – 37. [diunduh 10 Mar 2025]. doi: doi.org/10.24014/jrmdk.v2i2.9565.
- Rahutomo AN. 2013. Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT PLN (PERSERO) Rayon di Samarinda Iilir. *Journal Ilmu Komunikasi*. 1(2), 324 – 340. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/eJURNAL%20adi%20nugroho%20\(06-08-13-02-52-48\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/eJURNAL%20adi%20nugroho%20(06-08-13-02-52-48).pdf).
- Siregar FA, Usriyah L. 2021. Peranan Komunikasi Organisasi dalam Manajemen Konflik. *Jurnal Idarah: Pendidikan dan Kependidikan*. 5(2), 163-174. [diunduh 07 Feb 2025]. doi: doi.org/10.47766/idarah.v5i2.147.
- Ulumiyah PR, Gati, RA. 2024. Meningkatkan Keterbukaan Publik: Strategi Humas Pemerintah dalam Pelayanan Informasi Publik Pada Portal Website PPID Kementerian Pemberdayaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. *Jurnal Pembangunan dan Administrasi Publik*. 6(1), 41 – 58. [diunduh 17 Feb 2025]. doi: <https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jpap/article/view/787>.
- Wati EK, Hidayat W, Rizaldi. 2023. Strategi dan Peran Humas dalam Meningkatkan Keterbukaan Pelayanan Informasi Publik di Sekretariat Daerah Kota Pangkal Pinang. *Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan, dan Sosial*. 5(2), 104 – 112. [diunduh 20 Feb 2025]. doi: doi.org/10.51747/publicio.v5i2.1512.
- Zamzami, Sahana W. 2021. Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*. 2(1), 25 – 37. [diunduh 23 Feb 2025]. doi: <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>.