



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran  
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>  
 Volume 6 Nomor 4, 2023  
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 12/12/2023  
 Reviewed : 15/12/2023  
 Accepted : 23/12/2023  
 Published : 27/12/2023

Erwan Effendi<sup>1</sup>  
 Baginda Mulia Pohan<sup>2</sup>  
 Dinda Almunawaroh<sup>3</sup>  
 Myori Syahputri<sup>4</sup>

## ANALISIS STRATEGI HUMAS PEMERINTAHAN ERA MILENIAL DALAM MENGHADAPI TATA KELOLA INFORMASI PUBLIC

### Abstrak

Potensi peran humas pemerintah di era milenial sangatlah tinggi seiring dengan kemajuan teknologi informasi, iklim demokrasi yang terbangun, serta masyarakat yang semakin kritis. Mewujudkan lembaga Humas Pemerintahan yang memiliki tata kelola informasi yang baik dan adaptif terhadap perubahan zaman sangatlah tidak mudah. Terdapat peluang dan kendala untuk mewujudkan aparatur pelaksana Humas Pemerintahan yang profesional tergantung pada visi, misi, strategi dan taktik pimpinan dalam memberdayakan peran, fungsi, serta kewenangan lembaga kehumasan dalam mengelola informasi publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui unsur dan model mekanisme strategi humas pemerintahan di era milenial. Penelitian ini berdasarkan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data penelitian dilakukan secara primer, yaitu wawancara pada informan yang menjabat sebagai pengelola aktivitas lembaga kehumasan tingkat pemerintahan pusat, provinsi, dan kabupaten/kota dan data sekunder melalui studi dokumentasi dan observasi non partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas pemerintah pada era milenial mengutamakan pada peningkatan aspek kolaborasi dari berbagai pemangku kepentingan melalui pemanfaatan platform media konvensional dan media digital guna mewujudkan layanan komunikasi dan informasi publik yang efektif dan berkualitas dalam mendukung tata kelola informasi publik yang terbuka. Simpulan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategi pelibatan stakeholders, strategi pengemasan pesan narasi tunggal, strategi media konvensional, dan strategi media sosial dilakukan secara optimal dan terintegrasi dalam rangka mencapai transformasi lembaga kehumasan pemerintah yang dapat berperan aktif pada pengelolaan kebijakan komunikasi strategis pimpinan dan lembaga.

**Kata Kunci:** Humas pemerintahan; strategi; teknologi; milenial; informasi public

### Abstract

The potential role of government's public relations is considered very high in the millennial era, as advances in information technology, a developed democratic climate, and an increasingly critical society play a vital role in transforming society. However, creating a Government Public Relations institution with good information governance and adaptive to a constantly changing environment is not easy. There are opportunities and obstacles to accomplish implementation by a professional public relations apparatus depending on the leadership's vision, mission, strategy, and tactics in empowering the roles, functions, and authorities of public relations institutions in managing public information. This study aimed to determine the elements and models of government public relations strategy mechanisms in the millennial era. This research is based on a descriptive qualitative method with research data collection techniques conducted primarily by interviews with informants who serve as managers of public relations institutions at the central, provincial, and district/ city levels and secondary data through non-participatory documentation and observation studies. The study results indicate that the government's public relations strategy in the millennial era prioritizes increasing the collaboration of various stakeholders through conventional media platforms and digital media to perform effectively and achieve service excellence on public information and communication services in supporting open public information governance. The study's conclusions indicate that the use of stakeholder engagement strategies, single narrative message packaging strategies, conventional media strategies, and social media strategies is carried out optimally.

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
 e-mail: [erwanefendi@uinsu.ac.id](mailto:erwanefendi@uinsu.ac.id), [baginda0603201012@uinsu.ac.id](mailto:baginda0603201012@uinsu.ac.id), [dinda0603202092@uinsu.ac.id](mailto:dinda0603202092@uinsu.ac.id),  
[myori0603202042@uinsu.ac.id](mailto:myori0603202042@uinsu.ac.id)

The integration work towards achieving the transformation of government public relations institutions plays an active role in managing strategic communication policies of leaders and institutions..

**Keywords:** Government public relations; strategy; technology; millennials; public information.

## PENDAHULUAN

Informasi dan komunikasi kini telah menjadi bagian gaya hidup bagi masyarakat generasi milenial. Banyaknya informasi yang “berserakan” telah mendorong bagian pengelola informasi dan komunikasi yang kita sebut dengan istilah Humas untuk segera melakukan perubahan strategis baik secara personal maupun kelembagaan. Humas merupakan salah satu unsur yang penting dalam melakukan pelayanan informasi dan komunikasi bagi publiknya yang ada di suatu lembaga. Khususnya, keberadaan bagian humas pemerintahan selalu mendapatkan kesan yang negatif terkait peran, fungsi, dan perilakunya dalam melayani masyarakat. Untuk dapat “melepaskan” keterbelengguan akan kesan negatif tersebut, saat ini humas di lembaga pemerintahan melakukan revitalisasi dan transformasi yang merupakan bagian dari reformasi birokrasi tata kelola kelembagaan humas yang dikeluarkan oleh Kementerian PAN dan RB. Tuntutan revitalisasi dan transformasi di bidang layanan informasi publik terkait dengan penerapan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang di mana setiap lembaga yang dibiayai oleh negara maupun masyarakat harus dapat menyediakan berbagai data dan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat mengenai perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program dan kebijakan yang dilakukan oleh suatu lembaga publik. Penekanan penyediaan informasi yang sesuai dengan tuntutan UU KIP telah diperkuat dengan penelitian yang menyebutkan dalam rangka menghadapi keterbukaan informasi publik, lembaga-lembaga pemerintah harus dapat mengoptimalkan peran sektor pelayanan komunikasi dan informasi publik pada lembaga kementerian dan lembaga pemerintah serta pemerintahan daerah (Suharyanti et al., 2012).

Dorongan reformasi birokrasi di lembaga humas pemerintahan dapat dilaksanakan dengan mengubah secara bertahap pada pola pikir aparatur pelaksana humas dalam hal budaya kerja. Berdasarkan hasil observasi dan data di lapangan menunjukkan bahwa lembaga humas pemerintahan masih jarang memiliki standar evaluasi dan pelaksanaan fungsi yang tepat dalam mengelola aktivitas kehumasan secara profesional. Hal ini akibat sistem birokrasi yang diterapkan bersifat terpusat, peran kebijakan pimpinan lembaga dan anggaran mengenai humas yang masih terbatas. Selain itu, dalam sistem, proses dan mekanisme kerja yang dilakukan oleh aparat pelaksana humas pemerintahan masih mengindikasikan pada aspek normatif kegiatan rutinitas pelayanan informasi dan komunikasi publik yang kurang sesuai dengan prinsip-prinsip *good governance*. Pola pikir kinerja humas pemerintahan masih seputar pelaksanaan kliping, pembuatan *press release*, konferensi pers, juru bicara pimpinan, dan pembuatan naskah pidato bagi pimpinan. Walaupun sering dianggap sebagai bidang pelengkap dalam kegiatan lembaga, namun dalam realitanya, saat ini humas memiliki peranan penting, terutama dalam membangun hubungan dan membentuk citra positif lembaga (Herdiana & Khoiruddin, 2016).

Era milenial yang bersamaan dengan tuntutan keterbukaan informasi publik, menjadi titik tolak humas pemerintahan untuk dapat mengoptimalkan berbagai peran dan fungsinya menuju lembaga dan pranata humas profesional. Tugas pokok dan fungsi yang dilakukan oleh humas pemerintahan selama ini di antaranya sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, penyedia informasi kebijakan, pelaksanaan program komunikasi, diseminasi informasi produk dan jasa lembaga, serta menciptakan iklim positif hubungan kelembagaan publik internal- eksternal secara kondusif dan harmonis.

Mengingat tugas dan fungsi kehumasan yang strategis di bidang layanan informasi dan komunikasi serta banyaknya publik yang perlu dilayani dalam berbagai kepentingan, humas di lembaga pemerintahan dapat melakukan optimalisasi strategi komunikasi dalam menghadapi revolusi industri serta perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang mendukung tercapainya objektif organisasi. Strategi komunikasi merupakan kiat atau taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi (Cangara, 2014). Hal lainnya tersirat dalam pernyataan Brown yang menyebutkan praktisi Humas pada abad ke-21, harus dapat memahami mekanisme kerja revolusi teknologi yang dapat mengendalikan dan mempengaruhi praktik kehumasan (Iriantara, 2019). Padahal, selama ini aspek budaya konvensional dalam praktik kehumasan dari praktisi komunikasi publik di lembaga pemerintahan yang konvensional begitu kuat yang berdampak pada gerak organisasi menjadi agak kaku. Selain itu, aspek budaya yang melekat pada kinerja humas yang “lambat” dalam memberikan pelayanan informasi dan bersifat monoton. Isu monoton kinerja humas pemerintahan ditanggapi dengan

dilakukannya penataan budaya kerja melalui strategi percepatan reformasi birokrasi pada aspek penataan struktur birokrasi dan profesionalisasi PNS/ASN.

Strategi komunikasi sangat berperan penting untuk bisa membantu program kehumasan di lembaga pemerintahan agar lebih efektif. Sebab strategi komunikasi akan dapat membantu secara lebih efektif dalam mengembangkan hubungan, meningkatkan reputasi, dan membujuk orang untuk bertindak (Martinelli, 2012). Penggunaan strategi komunikasi di humas pemerintahan mempertimbangkan aspek lingkungan sosial, operasional, dan internal organisasi untuk dapat melahirkan strategi yang inovatif dalam menjawab tantangan era milenial yang berbasis pada teknologi informasi. Supaya dapat bertindak strategis, kegiatan kehumasan harus menyatu dengan visi dan misi organisasi (Gasing & Suryanto, 2016). Sebelum era industri 4.0 strategi humas yang dilakukan oleh lembaga kehumasan pemerintahan masih konvensional (tradisional), yaitu mengutamakan diseminasi informasi publik dengan memanfaatkan media lini bawah (seperti spanduk, poster, baligo, *flyer*, dsb) dan media lini atas (seperti iklan layanan masyarakat di koran, majalah, radio dan televisi). Seiring perkembangan era milenial, strategi humas di lembaga pemerintahan pun mulai bergeser dari tradisional ke diseminasi informasi dan komunikasi publik yang melibatkan pada penggunaan platform *online* dan media sosial yang dapat menjangkau berbagai macam publik dan bersifat interaktif, ditandai dengan banyaknya bermunculan akun-akun resmi media sosial dan website lembaga pemerintahan (Kementerian/Lembaga/Daerah) sebagai sarana komunikasi yang bersifat modern (digital). Dengan kata lain, strategi humas saat ini mencerminkan pola yang muncul akibat disrupsi industri 4.0 (Meranti & Irwansyah, 2018).

## METODE

Penelitian ini dilakukan di instansi pemerintah pusat, provinsi, dan kabupaten/kota dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini secara demografis berada di Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Jawa Barat dalam kurun waktu 2019-2021. Adapun instansi pemerintah yang dipilih pada tingkat pemerintahan pusat adalah lembaga humas yang terdapat di Kementerian Koordinator Maritim dan Investasi, Kementerian Perhubungan, dan Kementerian Agama. Untuk tingkat instansi Lembaga Humas di level provinsi, yaitu Pemerintah Provinsi Jawa Barat, dan Lembaga Humas di tingkat kabupaten/kota diwakili oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purwakarta dan Pemerintah Kota Cimahi. Untuk mendapatkan informasi tambahan mengenai praktik kehumasan di lembaga pemerintahan daerah, peneliti melakukan pengumpulan data juga pada instansi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat dan Komisi Informasi Daerah Jawa Barat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pemilihan metode penelitian kualitatif ini merupakan perwujudan asumsi dasar yang penulis yakini berdasarkan teoritis yang dianut. Yang dimaksud dengan penelitian kualitatif berdasarkan beberapa ahli adalah penelitian yang mencoba memahami fenomena dalam situasi dan konteks naturalnya (bukan di laboratorium), yakni peneliti tidak berupaya untuk mengelabui fenomena yang sedang diamati (Sarosa, 2017); berlandaskan pada filsafat *positivisme*, *interpretif*, *konstruktif* yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah (Sugiyono & Lestari, 2021). Dalam penelitian komunikasi kualitatif, analisis data dapat dilakukan saat pengumpulan data dan atau setelah proses pengumpulan data berakhir (Pujileksono, 2016). Jenis studi yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah *deskriptif*. Penelitian *deskriptif* bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu melalui penggambaran mekanisme sebuah proses (Muhajirin & Panorama, 2017). Adapun situasi yang tergambar mengenai aktifitas Humas Lembaga Pemerintahan, salah satunya pada proses adaptasi kegiatan humas dengan strategi komunikasi di era milenial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kunci untuk pengembangan ke arah peranan praktisi kehumasan dan pencapaian profesionalisme di lembaga kehumasan dapat dilihat dari faktor internal (kekuatan & kelemahan) humas, khususnya di lembaga pemerintahan (K/L) dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi era industri 4.0. Seorang profesionalitas Humas di lembaga pemerintahan harus beradaptasi dengan perilaku kehidupan generasi milenial yang aktif terhubung dengan internet dan media sosial sebagai kanal informasi sehari-hari. Generasi milenial dicirikan dimana teknologi informasi menjadi hal yang utama dan mempengaruhi segala aspek yang mengutamakan bentuk informasi dan komunikasi digital

(Pohan, 2019). Kebiasaan gaya hidup generasi milenial biasanya selalu terhubung dengan *smartphone*, melakukan transaksi ekonomi *noncash*, serba *instan* dan cepat, fokus pada pengalaman, memiliki grup di dunia maya, talenta lebih dari satu, dan aktif berbagi informasi di dunia virtual (media sosial). Merujuk pada ciri yang dimiliki oleh generasi milenial, seyogyanya Humas di lembaga pemerintahan harus lebih pro aktif dan kreatif dalam mengalirkan informasi ke masyarakat dengan berbasiskan *online*. Artinya berbagai jenis informasi disampaikan secara cepat melalui *platform* media sosial yang terdapat dalam *smartphone* dalam rangka mendapatkan *feedback* secara cepat dari masyarakat.

Pemerintah selaku pemilik informasi kebijakan yang menyangkut hajat hidup orang banyak, harus dapat mendesiminasikan informasi publik secara *offline* maupun *online*. Sebab penyampaian informasi, baik *online* maupun *offline* membutuhkan kerangka acuan, pengetahuan, dan pengalaman di bidang kehumasan dalam meningkatkan pengelolaan komunikasi digital yang informatif dan dialogis serta mampu menjalin hubungan baik dengan publik untuk mewujudkan transparansi dan akuntabilitas informasi (Azhary, 2020). Mengimbangi kompetensi perkembangan zaman milenial yang berbasiskan pada kemampuan melek teknologi informasi dan komunikasi, Humas di lembaga pemerintahan memiliki beberapa kekuatan dan kelemahan sebagai bagian dari dampak lahirnya revolusi industri

#### 4.0. Berdasarkan hasil pengamatan, kekuatan humas pemerintahan di era revolusi industri

4.0 di antaranya memiliki pedoman kebijakan pelaksanaan kegiatan komunikasi dan informasi yang sama dari tingkat pusat hingga daerah, memiliki jaringan kelembagaan informasi dan komunikasi sampai pada tingkat pemerintahan yang paling rendah (RT/RW) dan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), dan memiliki sumber daya manusia (PNS/ASN/Pranata Humas) yang cukup banyak dan tergabung pada asosiasi profesi humas pemerintahan. Sebagai sebuah kekuatan, hal diatas dapat dijadikan sebagai peluang dasar revitalisasi, reformasi dan transformasi tata kelola lembaga kehumasan agar menjadi *excellent* dalam memenuhi kepuasan masyarakat di bidang layanan informasi dan komunikasi publik. Peningkatan kualitas pelayanan ini mengandung makna adanya upaya terhadap perubahan mutu dan kondisi dari keadaan “konvensional” menuju mutu “dinamis” dari perkembangan situasi dan kondisi masyarakat (Sahlan et al., 2016). Kekuatan yang ada di lembaga humas pemerintahan dalam hal diseminasi informasi ini, sesuai dengan pernyataan dari Hartanto selaku Kepala Bagian Publikasi dan Informasi Publik BKIP Kementerian Perhubungan.

Peran Humas di lembaga pemerintahan sangat penting dalam mengantisipasi dan mengatasi persoalan penyebaran informasi yang menjadi bagian dari pelayanan dasar publik. Untuk mendapatkan kepercayaan publik dalam menyampaikan informasi diperlukan suatu strategi komunikasi. Adanya strategi komunikasi pelayanan publik yang mempertimbangkan pada aspek kebutuhan masyarakat dapat terbangun *mutual trust* di dalam pelayanan publik (Kusumadinata & Fitriah, 2017). Untuk dapat mengimplementasi strategi komunikasi humas pada lembaga pemerintahan di era milenial yaitu seorang Humas harus dapat memegang prinsip transparansi, akuntabel, edukasi, dan responsif. Transparansi diartikan sebagai terbuka mengenai latar belakang, implementasi, serta perkembangan/perubahan kebijakan kepada masyarakat disampaikan secara berkala; akuntabel yaitu penjelasan terhadap publik yang dilakukan berdasarkan data-data valid internal dan eksternal; edukasi yaitu memberikan pemahaman mengenai posisi dan peran lembaga pemerintah bagi kepentingan publik; dan responsif yaitu tanggap terhadap keinginan publik untuk mendapatkan informasi dan tanggap untuk menjawab keluhan atas layanan yang diberikan ke publik. Keempat prinsip dalam melaksanakan strategi komunikasi tersebut diharapkan dapat menjadikan terwujudnya kepercayaan publik pada lembaga pemerintahan.

Maka dari itu, peran strategis di era digital bagi lembaga humas pemerintahan harus dapat menghadirkan seorang humas yang multitalenta. Artinya, kualifikasi dasar seorang humas merupakan ahli komunikasi dan dapat mengoperasionalkan kegiatan-kegiatan yang terkait dengan teknologi informasi yang mendukung aspek *marketing* yang dapat menjual *branding* personal, produk, dan lembaga di benak pikiran masyarakat. Sehingga secara praktis, bedanya peran humas era digital dengan konvensional adalah dalam hal penggunaan medium dan pendekatan metode komunikasi.

Keberadaan humas yang adaptif di lembaga pemerintahan akan memberikan peluang yang besar untuk dapat membangun citra dan reputasi lembaga menuju ke arah yang lebih profesional. Selama ini humas pemerintah sering mendapatkan sematan sebagai bagian atau bidang “buangan”, tidak produktif, menghabiskan anggaran, tukang klipng, penerima tamu, dan lain sebagainya. Padahal, Humas merupakan ujung tombak pengelolaan informasi dari suatu organisasi. Hal ini sebagaimana tercantum

dalam Peraturan Menpan No.12 Tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah yang menyebutkan bahwa humas pemerintah adalah aktifitas lembaga atau individu, yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik pemangku kepentingan dan sebaliknya. Disini artinya humas dibutuhkan sebagai perwakilan pemerintah untuk berinteraksi dengan publiknya (Ristanto, 2014).

Keterlibatan publik dalam keterbukaan informasi publik berfungsi untuk membangun antara pemerintah dan warga masyarakat yang tidak hanya sekedar sebatas pertukaran informasi saja, melainkan dalam upaya mendukung dan partisipasi masyarakat yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan/ kebijakan pemerintah. Mengingat pentingnya keterbukaan informasi publik, humas pemerintah harus dapat memperkuat penyebaran informasi berita melalui berbagai kanal komunikasi resmi pemerintahan dalam upaya meminimalisir potensi berita bohong/palsu, ujaran kebencian, dan fitnah yang dapat mengganggu pada proses pembangunan.

Maka dari itu, manajemen yang dibutuhkan pada era keterbukaan informasi publik bagi lembaga pemerintah adalah pola kinerja humas yang menggunakan dan memanfaatkan aspek- aspek manajemen perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang ditunjang secara teknologi. Humas sebagai bagian dari ekosistem koalisi manajemen puncak perlu mempertahankan kompetensi dan keterampilan baru dalam pengelolaan perangkat informasi digital. Keberadaan teknologi dan dunia digital tidak harus dilihat sebagai ancaman, tetapi justru sebagai peluang yang dapat mendorong produktivitas dan efisiensi ke level baru.

Sikap humas pemerintah terkait dengan penyebaran informasi publik di media sosial harus tetap berpegang pada Permendagri No. 13 Tahun 2011 tersebut untuk dapat menjaga harmonisasi pelayanan informasi antara internal-eksternal lembaga pemerintah dengan kelompok kepentingan terutama masyarakat. Hal ini menandakan bahwa perubahan wajah humas pemerintah dari yang cenderung 'tradisional' menjadi lebih 'modern' (Sani et al., 2020). Di sisi lain, adanya Undang-undang KIP ini telah menjadikan fungsi dan tugas humas dapat terintegrasi dengan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi dalam melayani fungsi pelayanan informasi publik di lembaga pemerintahan. Ketersediaan media penyampai secara *online* melalui website maupun penyampaian informasi melalui media cetak dan elektronik (televisi lokal) serta maka terdapat kemudahan dalam mengakses informasi dalam penyelenggaraan kegiatan pemerintahan.

## SIMPULAN

Kekuatan dan peluang dari humas pemerintah dalam menyikapi keterbukaan informasi publik di era milenial yaitu meliputi sinergi komunikasi digital antarlembaga sektor pemerintahan dan publik dan adanya regulasi yang menjamin keberlanjutan mengenai tata kelola kelembagaan Humas menuju profesional dan tercapainya *good governance*. Sedangkan hambatan dan ancaman bagi humas pemerintah di era milenial meliputi kapasitas SDM yang belum ajeg, anggaran kegiatan yang terbatas, sarana dan prasarana yang minim, dan kewenangan peran dan fungsi Humas yang masih berbeda-beda pada level pemerintahan pusat, provinsi, maupun kabupaten/kota.

Strategi yang dapat dilakukan oleh humas pemerintah untuk mengembangkan tata kelola informasi publik di era milenial ialah dengan mendorong pemanfaatan penggunaan model strategi pelibatan *stakeholders*, strategi *story telling* & narasi tunggal (agenda setting), strategi optimalisasi media konvensional, dan strategi optimalisasi media digital & media sosial untuk terciptanya *positioning* humas pemerintah yang strategis dan kontributif bagi lembaga pemerintahan.

Saran dalam penelitian ini adalah sebaiknya lembaga humas pemerintah pusat, provinsi, dan kabupaten/kota dapat mengkolaborasi berbagai strategi komunikasi publik dalam upaya mengoptimalkan pelayanan informasi dan komunikasi yang berbasiskan pada aplikasi digital yang sesuai dengan kebutuhan lembaga dan publik era milenial dengan menampilkan isi sajian informasi yang bermuatan narasi tunggal mengenai kebijakan maupun program pembangunan pemerintah pusat dan daerah yang sudah, sedang, maupun akan dilaksanakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, N. Nurlaela, & Saputra, M. A. A. (2019). Kompetensi baru public relations (PR) pada era artificial intelligence. *Jurnal Sistem Cerdas*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.37396/jsc.v2i1.19>

- Arief, N. Nurlalela. (2019). *Public relations in the era of artificial intelligence: bagaimana big data dan AI merevolusi dunia PR*. PT Simbiosis Rekatama Media.
- Azhary, S. (2020). Strategi pemeliharaan relasional dalam kegiatan public relations online badan publik di Indonesia. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4(2), 193. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.19558>
- Budhirianto, S. (2020). Transformasi pendekatan komunikasi publik pada humas pemerintah di era digital. In C. S. D. Takariani, D. Praditya, & Lia Puspitasari (Eds.), *Media, Komunikasi, Teknologi Informasi dan Komunikasi* (1st ed.). Penerbit Halima.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Gasing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relation*. Yogyakarta: Andi.
- Hartini, T. (2019). Upaya Perhumas Dalam Meningkatkan Kompetensi Public Relations. *Makna : Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 31–57. <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/view/1671>
- Herdiana, D., & Khoiruddin. (2016). Peran dan strategi humas dalam pembentukan citra perguruan tinggi islam. *ANIDA*, 15(2), 317–338.
- Hereyanto. (2017). Analisis capaian keterbukaan informasi publik pada Pemerintah Kota Banjarmasin. *MetaCommunication: Journal of Communciation Studies*, 2(2), 38–52. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20527/mc.v2i2.4085>
- Inspirasi. (2019). Transformasi Humas dalam Era Revolusi 4.0. *Bamboedoea*, 1–2. <http://bamboedoea.com/wp-content/uploads/2019/03/Inspirasi-Edisi-20-8-halaman-4.pdf>
- Iriantara, Y. (2019). Humas Pemerintah 4.0. *Media Nusantara*, 16(1), 13–26. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/630>
- Kartika, R. (2020, April). Mix - April-Mei 2020. pdf. *PR Indonesia*, 6–7.
- Kriyantono, R. (2018). Peran manajerial dan teknisi humas lembaga pemerintah dan swasta. *Aristo*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24269/ars.v6i1.760>
- Kusumadinata, A. A., & Fitriah, M. (2017). Strategi Komunikasi Pelayanan Publik melalui Program Pos Pemberdayaan Keluarga. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 225–238. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/130>
- Martinelli, D. K. (2012). The Practice of Government Public Relations. In M. Lee, G. Neeley, & K. Stewart (Eds.), *The Practice of Government Public Relations* (pp. 143–). Taylor & Francis.
- Meranti, & Irwansyah. (2018). Transformasi dan kontribusi industri 4.0 pada strategik kehumasan. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 27–36. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jtik/article/view/1458>
- Muhajirin, & Panorama, M. (2017). *Pendekatan praktis metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Idea Press.
- Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan Social Media oleh Praktisi Public Relations di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 199–210.
- Pohan, H. A. (2019). Kepemimpinan di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(2), 156–174. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/JKPI/article/view/5645/2966>
- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 5(1), 22–27. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4417>
- Pujileksono, S. (2016). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.
- Ristante, T. (2014). Peran Humas Pemerintah Kota Balikpapan Dalam Mengimplementasikan Konsep Smart City Di Kota Balikpapan. *Commonline Departemen Komunikasi*, 4(1), 387–399. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-comm35b76ba2bdfull.pdf>
- Sabrina, A. R. (2018). Literasi digital sebagai upaya preventif menaggulangi Hoax. *Jurnal Comunicare*, 5(2), 31–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.37535/101005220183>
- Sahlan, M., Septiani, E., & Khadiq. (2016). Studi analisis indeks kepuasan stakeholders terhadap pelayanan publik pada bagian humas UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *Profetik*, 9(2), 15–24. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/092-02/1098>

- Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, N. A. (2020). Pemahaman petugas kehumasan Kementerian Dalam Negeri tentang peran Humas Pemerintah. *PROfesi Humas*, 4(2), 215. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23528>
- Sarosa, S. (2017). *Penelitian kualitatif dasar-dasar*. Jakarta: Indeks.
- Setiawan, A., Sugiana, D., & M, J. N. (2013). Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 196–205. <https://doi.org/10.24198/jkk.v1i2.6044>
- Siddiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan* (A. Mujahidin (ed.)). CV. Nata Karya.