



Strategi Humas Pemrov Sumut Dalam Membentuk Citra Pelayanan Publik Melalui Media Instagram @Infosumutku

Harji Sehatdo Nauli Harahap¹⁾, Anang Anas Azhar²⁾

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

harji0603222221@uinsu.ac.id¹⁾
ananganas@uinsu.ac.id²⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran jurnalistik profetik dalam memperkuat moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam membentuk citra pelayanan publik melalui Instagram @infosumutku. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dilakukan melalui tiga kategori utama konten, yaitu konten informatif (penyampaian program dan kebijakan), edukatif (literasi publik dan himbauan), serta klarifikasi isu (penanganan informasi hoaks atau kesalahpahaman). Meskipun demikian, pola komunikasi masih cenderung satu arah dan belum optimal dalam membangun interaksi dengan masyarakat. Penggunaan Instagram mampu membentuk citra dasar pemerintah yang informatif dan transparan, namun penguatan komunikasi dua arah diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik.

Kata kunci: Strategi Humas, Media Sosial, Citra Pelayanan Publik

Abstract

This study aims to analyze the public relations strategy of the North Sumatra Provincial Government in shaping the image of public services through the Instagram account @infosumutku. The research employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation, documentation, and interviews. The findings reveal that social media is utilized through three main content categories: informative content (delivery of programs and policies), educational content (public literacy and advisories), and issue clarification content (addressing misinformation or public misunderstandings). However, the communication pattern remains largely one-way and has not been fully optimized to foster public engagement. Although Instagram contributes to building an initial image of a transparent and informative government, strengthening two-way communication is necessary to enhance the quality of public services.

Keywords: Public Relations Strategy, Social Media, Public Service Image

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam praktik kehumasan pemerintahan. Pemerintah tidak lagi hanya mengandalkan media konvensional sebagai sarana penyampaian informasi publik, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai kanal komunikasi yang lebih cepat, interaktif, dan mampu menjangkau masyarakat secara luas (Ramadhan & Zulkarnain, 2023). Media sosial, khususnya Instagram, menjadi platform strategis bagi instansi pemerintah untuk menyampaikan informasi pelayanan publik,



kebijakan, serta program pembangunan secara visual dan persuasif (Adellia Sepka Tiara & Dwi Agustini, 2025).

Humas pemerintah memiliki peran penting sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang harmonis serta menciptakan kepercayaan publik melalui strategi komunikasi yang terencana dan berkelanjutan (Ahyani, Sazali, & Yoserizal, 2024). Strategi humas yang efektif melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan citra positif institusi pemerintah, terutama ketika konten yang disajikan bersifat informatif, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat (Rahmanda & Simamora, n.d.).

Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui Dinas Komunikasi dan Informatika memanfaatkan akun Instagram @infosumutku sebagai media resmi penyebaran informasi publik. Akun ini berfungsi sebagai pusat informasi terkait pelayanan publik, kebijakan daerah, serta aktivitas pemerintahan yang disampaikan secara terbuka kepada masyarakat (Sikumbang, Ritonga, & Syahri, 2020). Penggunaan Instagram ini menunjukkan adanya transformasi komunikasi pemerintah ke arah digital yang lebih modern dan partisipatif (Sumarwan et al., 2024).

Pemanfaatan media sosial dalam praktik kehumasan pemerintah tidak terlepas dari berbagai tantangan. Tingginya arus informasi di media sosial menuntut humas pemerintah untuk mampu menyusun strategi komunikasi yang kreatif, konsisten, dan kredibel agar pesan yang disampaikan tidak tenggelam di antara konten lainnya (Nugraha & Sjoraida, 2020). Selain itu, tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah juga sangat dipengaruhi oleh cara penyajian informasi, respons terhadap kritik, serta interaksi yang dibangun dengan masyarakat (Sumantri & Afrilia, 2025).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan pembentukan citra positif pemerintah melalui media sosial dipengaruhi oleh pengelolaan konten, intensitas unggahan, serta kemampuan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti feed, story, dan reels (Rindiyan, 2025). Penelitian yang dilakukan oleh Hanifah et al. juga menegaskan bahwa strategi komunikasi yang terstruktur dan konsisten dalam penggunaan media sosial pemerintah dapat memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap institusi publik (Hanifah et al., 2025).

Penelitian Girsang dan Kartikawangi menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang simetris antara pemerintah dan masyarakat dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan (Girsang & Kartikawangi, 2021). Teori komunikasi dua arah simetris yang dikemukakan oleh Grunig menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya bersifat satu arah, melainkan melibatkan dialog, umpan balik, dan partisipasi aktif dari publik (J. E. Grunig, 2001). Dalam konteks media sosial, hal ini dapat diwujudkan melalui interaksi di kolom komentar, pesan langsung, serta respons terhadap aspirasi masyarakat (Apriyani, Amrullah, & Hatta, 2020).

Citra pelayanan publik menjadi aspek penting yang harus dibangun oleh pemerintah. Citra merupakan persepsi yang terbentuk dalam benak masyarakat berdasarkan informasi dan pengalaman yang mereka terima (Bulan & Sumayah, 2025). Dalam era digital, citra tersebut tidak hanya dibentuk melalui pelayanan langsung, tetapi juga melalui representasi pelayanan di media sosial (Fitria & Wijaya, n.d.). Konten yang transparan, responsif, dan humanis dapat membentuk persepsi positif bahwa pemerintah hadir dan peduli terhadap kebutuhan masyarakat (Jenkins F, 2003).

Meskipun akun Instagram @infosumutku telah dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai permasalahan, seperti kurangnya konsistensi konten, keterbatasan interaksi dua arah, serta respons yang belum optimal terhadap keluhan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi humas yang diterapkan masih perlu dikaji lebih mendalam agar mampu membentuk citra pelayanan publik yang lebih positif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian mengenai strategi humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam membentuk citra pelayanan publik melalui media Instagram @infosumutku menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai strategi komunikasi yang diterapkan, sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam



mengoptimalkan peran media sosial sebagai sarana komunikasi publik pemerintah.

Sebagai pembeda dari penelitian terdahulu, studi ini tidak hanya berfokus pada pengelolaan konten atau intensitas penggunaan media sosial sebagaimana dilakukan oleh Ramadhan & Zulkarnain maupun Hanifah et al., tetapi menekankan pada analisis implementasi komunikasi dua arah simetris secara lebih spesifik pada fitur-fitur Instagram. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengkajian mendalam terhadap bagaimana elemen dialog, empati, risiko, dan komitmen dalam teori komunikasi simetris diwujudkan atau justru tidak terimplementasi secara optimal dalam praktik komunikasi digital pemerintah, khususnya melalui fitur komentar, direct message, dan respons terhadap aspirasi publik di akun @infosumutku. Selain itu, penelitian ini mengambil lokus pada akun pemerintah provinsi yang memiliki karakteristik audiens lebih heterogen dibandingkan akun pemerintah kota, sehingga kompleksitas komunikasi publik yang terjadi menjadi lebih dinamis. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi kelemahan interaksi, tetapi juga menganalisis secara konseptual bagaimana kegagalan atau keberhasilan implementasi komunikasi simetris mempengaruhi pembentukan citra pelayanan publik di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam membentuk citra pelayanan publik melalui media Instagram @infosumutku. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengkaji fenomena komunikasi secara kontekstual dengan menekankan pada makna, proses, dan realitas sosial yang terjadi (Muhammad Hasan et al., 2023; Sugiyono, 2020). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis praktik kehumasan digital tanpa melakukan manipulasi variabel (Kaunang et al., 2025). Objek penelitian adalah akun Instagram @infosumutku sebagai media komunikasi publik pemerintah.

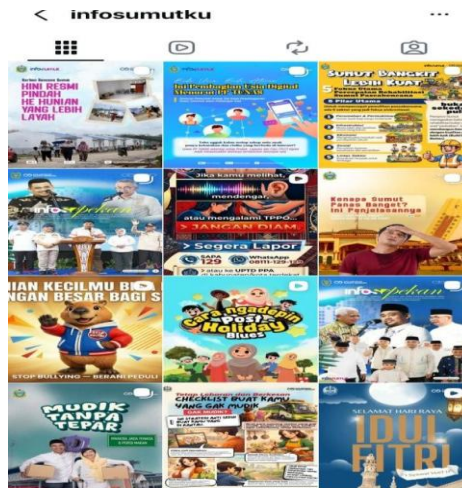
Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur dilakukan terhadap pihak Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara sebagai informan kunci guna menggali secara langsung proses perencanaan, strategi framing pesan, serta pertimbangan komunikasi yang digunakan dalam pengelolaan konten. Data wawancara ini menjadi sumber utama dalam analisis, yang kemudian diperkuat dengan penyajian kutipan langsung (verbatim) dari informan untuk menjaga keaslian perspektif dan meningkatkan validitas temuan. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung konten yang diunggah pada akun @infosumutku, meliputi jenis konten, pesan yang disampaikan, visualisasi, serta pola interaksi antara pengelola akun dan masyarakat. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa tangkapan layar unggahan, komentar, serta arsip digital lainnya yang relevan (Jailani, 2023).

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis (Rifa & Kunci, 2023). Data hasil wawancara dianalisis dengan menekankan pada narasi informan, khususnya terkait proses perencanaan komunikasi dan strategi framing, sehingga mampu menunjukkan keterkaitan antara praktik kehumasan dan konstruksi citra publik. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, serta member check guna memastikan kesesuaian antara hasil interpretasi peneliti dengan data yang diperoleh dari informan (Ahyar et al., 2020). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang valid, komprehensif, dan tidak hanya berbasis analisis konten, tetapi juga merepresentasikan praktik strategis kehumasan secara empiris.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam mengelola akun Instagram @infosumutku telah mengalami transformasi dari sekadar media penyampaian informasi menjadi instrumen strategis dalam membentuk citra pelayanan publik di era digital. Transformasi ini terlihat dari pola pengelolaan konten yang terstruktur, mulai dari tahap perencanaan, produksi,

distribusi, hingga evaluasi komunikasi. Pada tahap perencanaan, humas secara aktif melakukan seleksi isu dengan mempertimbangkan urgensi informasi, kebutuhan masyarakat, serta potensi dampaknya terhadap persepsi publik. Konten yang dipilih umumnya berkaitan dengan pelayanan publik, pembangunan daerah, serta respons terhadap isu-isu yang berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan bersifat proaktif dan adaptif terhadap dinamika opini publik, sejalan dengan konsep strategi humas berbasis isu (Fitria & Wijaya, n.d.).



Gambar 1 Tampilan akun Instagram @infosumutku yang menampilkan berbagai jenis konten komunikasi public Pemerintah Provinsi Sumatera Utara.

Berdasarkan hasil observasi mendalam terhadap akun Instagram @infosumutku, ditemukan bahwa pola konten yang disajikan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu konten informatif, edukatif, dokumentatif, dan klarifikatif. Konten informatif berfokus pada penyampaian kebijakan dan program pemerintah, konten edukatif berisi himbauan sosial, konten dokumentatif menampilkan aktivitas pemerintah, sedangkan konten klarifikatif digunakan untuk merespons isu negatif. Klasifikasi ini menunjukkan bahwa humas telah menjalankan fungsi komunikasi publik secara cukup komprehensif, sekaligus berupaya mengelola persepsi publik melalui variasi pendekatan pesan.

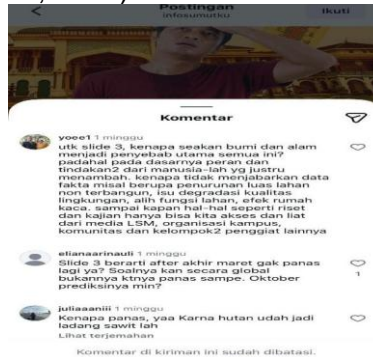


Gambar 2. Konten Instagram @infosumutku mengenai program rehabilitasi pascabencana “Sumut Bangkit Lebih Kuat”.

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah penggunaan strategi framing dalam penyajian konten. Humas tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga mengemas informasi dengan sudut pandang tertentu untuk membentuk persepsi yang diinginkan. Misalnya, dalam konten terkait pascabencana, narasi yang dibangun tidak hanya menampilkan kondisi krisis, tetapi juga menekankan upaya pemulihan pemerintah. Strategi ini secara implisit membingkai realitas agar publik melihat pemerintah sebagai responsif dan solutif. Dalam konteks

digital disruption, framing menjadi semakin krusial karena audiens cenderung mengonsumsi informasi secara cepat dan parsial, sehingga cara penyajian pesan sangat menentukan interpretasi publik.

Dari segi visual, akun @infosumutku menunjukkan adanya adaptasi terhadap karakteristik media sosial berbasis visual. Penggunaan infografis, video singkat, dan desain yang konsisten menunjukkan upaya untuk meningkatkan daya tarik konten. Pendekatan visual storytelling ini efektif dalam menarik perhatian, namun juga menunjukkan bahwa komunikasi publik kini harus bersaing dalam ekosistem visual yang sangat padat, di mana kualitas estetika menjadi bagian dari kredibilitas pesan (Hanifah et al., 2025).



Gambar 3. Tanggapan masyarakat pada kolom komentar Instagram @infosumutku yang menunjukkan adanya kritik, pertanyaan, dan opini publik terhadap konten yang disajikan.

Analisis terhadap tanggapan masyarakat pada kolom komentar (Gambar 3) menunjukkan dinamika persepsi publik yang lebih kompleks. Berdasarkan analisis sentimen sederhana terhadap sampel komentar, dapat diidentifikasi bahwa sekitar 40% komentar bersifat kritik atau keluhan, 35% berupa pertanyaan terkait layanan publik, dan hanya sekitar 25% yang menunjukkan apresiasi atau dukungan terhadap konten pemerintah. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun konten yang disajikan bersifat informatif dan positif, respons publik masih didominasi oleh kebutuhan akan klarifikasi dan penyelesaian masalah. Dengan kata lain, ruang komentar tidak hanya menjadi ruang interaksi, tetapi juga arena ekspresi ketidakpuasan publik.

Jika dikaitkan dengan konsep *projected image* dan *perceived image*, temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup signifikan. Pemerintah berupaya membangun citra sebagai institusi yang transparan, aktif, dan responsif melalui konten yang dipublikasikan. Namun, persepsi publik yang muncul di kolom komentar menunjukkan bahwa citra tersebut belum sepenuhnya terinternalisasi. Kesenjangan ini tidak hanya disebabkan oleh isi pesan, tetapi juga oleh pengalaman langsung masyarakat serta kurangnya interaksi dua arah yang memadai.

Dalam perspektif komunikasi dua arah simetris, kondisi ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi yang dilakukan masih berada pada tahap dominan satu arah. Meskipun Instagram menyediakan fitur interaktif seperti komentar, direct message, dan live interaction, pemanfaatannya belum optimal. Banyak komentar yang tidak mendapatkan respons, sehingga mengurangi potensi dialog yang konstruktif antara pemerintah dan masyarakat. Dalam era digital disruption, kegagalan merespons publik secara cepat tidak hanya berdampak pada komunikasi, tetapi juga pada legitimasi institusi.

Selain itu, algoritma Instagram juga memperkuat fenomena *visibility bias*, di mana komentar dengan engagement tinggi (baik positif maupun negatif) akan lebih terlihat oleh pengguna lain. Hal ini berpotensi memperbesar persepsi negatif jika kritik tidak segera direspons. Dengan demikian, tantangan humas tidak hanya terletak pada produksi konten, tetapi juga pada manajemen interaksi secara real-time.

Konsistensi dalam pengelolaan konten juga menjadi faktor penting yang memengaruhi citra. Meskipun secara umum kualitas konten sudah baik, masih terdapat variasi dalam kualitas visual dan narasi. Ketidakkonsistenan ini dapat memengaruhi persepsi profesionalisme pemerintah. Dalam konteks digital yang sangat kompetitif, konsistensi bukan hanya soal estetika, tetapi juga tentang membangun identitas komunikasi yang stabil dan dapat dipercaya.



Secara keseluruhan, humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui @infosumutku berada dalam fase transisi menuju praktik komunikasi digital yang lebih adaptif dan partisipatif. Di satu sisi, humas telah berhasil memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang efektif. Namun di sisi lain, tantangan digital disruption—terutama terkait algoritma, kecepatan respons, dan ekspektasi interaksi publik—menuntut perubahan strategi yang lebih fundamental.

Oleh karena itu, penguatan strategi humas perlu diarahkan tidak hanya pada produksi konten, tetapi juga pada optimalisasi interaksi digital. Pemanfaatan fitur interaktif seperti polling, live session, Q&A, serta peningkatan responsivitas terhadap komentar menjadi langkah penting dalam mengurangi kesenjangan antara citra yang dibangun dan persepsi yang dirasakan. Selain itu, diperlukan strategi adaptif terhadap algoritma, seperti analisis performa konten dan penyesuaian format komunikasi. Dengan pendekatan ini, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog publik yang mampu membangun citra pelayanan yang lebih kredibel, partisipatif, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui media Instagram @infosumutku telah dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi publik yang efektif dalam menyampaikan informasi terkait pelayanan, kebijakan, dan kegiatan pemerintahan. Humas telah mampu mengelola konten secara terstruktur melalui tahapan perencanaan, produksi, hingga publikasi dengan mengedepankan aspek informatif, edukatif, dan visual yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam transformasi komunikasi pemerintah di era digital.

Namun demikian, dalam implementasinya, strategi komunikasi yang dilakukan masih cenderung bersifat satu arah (*one-way communication*), di mana interaksi antara pemerintah dan masyarakat belum berjalan secara optimal. Meskipun tersedia ruang komunikasi melalui kolom komentar dan pesan langsung, respons terhadap aspirasi, kritik, dan pertanyaan masyarakat masih belum konsisten. Kondisi ini menunjukkan bahwa penerapan komunikasi dua arah simetris belum sepenuhnya tercapai, sehingga berpotensi memengaruhi efektivitas hubungan antara pemerintah dan publik.

Selain itu, dalam konteks pembentukan citra pelayanan publik, akun Instagram @infosumutku telah berhasil membangun citra dasar sebagai pemerintah yang aktif dan transparan melalui penyajian konten yang informatif dan relevan. Namun, untuk membangun citra yang lebih kuat dan berkelanjutan, diperlukan peningkatan pada aspek interaksi, responsivitas, serta konsistensi kualitas konten. Dengan demikian, optimalisasi strategi humas berbasis media sosial tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada keterlibatan publik guna menciptakan citra pelayanan yang positif, partisipatif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adellia Sepka Tiara, E., & Dwi Agustini, V. (2025). Peran Instagram sebagai media komunikasi sosial bagi Generasi Z di era digital.
- Ahyani, T. J., Sazali, H., & Yoserizal, Y. (2024). Efektivitas media sosial Instagram humas Dispora Provinsi Sumatera Utara dalam meningkatkan citra. *Journal of Educational Research and Humaniora (JERH)*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.51178/jerh.v2i1.1823>
- Ahyar, H., Andriani, H., & Sukmana, D. J. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Apriyani, E., Amrullah, M. N., & Hatta, H. (2020). Komunikasi *two-way symmetrical* dalam menjalin hubungan public relations dengan media.
- Bulan, F., & Sumayah. (2025). Social media influence on development of Carl Casper's image in *Chef*: Frank Jefkins' perspective. *Surakarta English and Literature Journal*, 8, 37–54.



- <https://doi.org/10.52429/selju.v8i1.295>
Fitria, N. I., & Wijaya, A. S. (2023). Strategi humas Perumda Tirta Pakuan dalam membangun kepercayaan publik melalui media relations. *Journal Media Public Relations*, 5(1), 58–64.
<https://doi.org/10.37090/jmp.v5i1.2546>
- Girsang, C., & Kartikawangi, D. (2021). Two-way symmetrical communication pattern: Company strategy to build engagement through social media. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 271–284.
<https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.11191>
- Grunig, J. E. (2001). Two-way symmetrical public relations: Past, present, and future.
Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (1992). Models of public relations and communication. In *Excellence in public relations and communication management* (pp. 285–325).
- Hanifah, N., Bahri, F. F., Auliza, S., Habiibii, M. N., et al. (2025). Strategi komunikasi humas Pemerintah Kota Medan melalui Instagram dalam membangun citra positif.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif.
- Kaunang, W., Ayawaila, V., Gurinda, Y. M., & Mamesah, S. (2025). Analisis deskriptif dalam metodologi penelitian: Teori, teknik, dan aplikasi.
- Muhammad Hasan, T. K. H., et al. (2023). *Metode penelitian kualitatif*.
- Mulatiningsih, M., & Rindrayani, S. R. (2025). Teknik dan instrumen pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif (metodologi penelitian IPS). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 7(2), 78–83.
<https://doi.org/10.6578/triwikrama.v7i2.10769>
- Nugraha, A. R., & Sjoraida, D. F. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram.
- Rahmanda, R., & Simamora, I. Y. (2024). Strategi humas TVRI Sumatera Utara dalam pengelolaan Instagram untuk meningkatkan citra positif masyarakat. *Jurnal JTik*, 8(3), 841–850. <https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2693>
- Ramadhan, W., & Zulkarnain, I. (2023). Communication strategy of the Provincial Government of North Sumatra through Instagram @pemprovsumut in increasing positive image.
- Rifa, Y. (2023). Analisis metodologi penelitian kualitatif dalam pengumpulan data di penelitian ilmiah.
- Rindiyani, N. (2025). Public relations strategy of the Secretariat of DPRD West Sumatra Province in creating Instagram content for public information dissemination. *AMK Journal*, 4(4), 176–181.
- Sikumbang, A. T., Ritonga, M. H., & Syahri, A. (2020). Efektivitas komunikasi politik PPP dalam menjalin hubungan dengan konstituen di Kota Medan.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Sumantri, A. S., & Afrilia, U. A. (2025). Penyelenggaraan kehumasan pemerintah dalam core values and employer branding.
- Sumarwan, E., Kartika, T., Fitria, N., Axelfa, A., Aprilia, T., & Indriani, A. N. (2024). Instagram sebagai media komunikasi pembangunan pemerintah.