



Strategi Komunikasi Publik Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Jakarta Selatan dalam Membangun Citra Positif melalui Diseminasi Informasi

Najwa Amani Putri^{1*}, Elpa Hermawan²

¹⁻²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

*Penulis Korespondensi: amanezy@gmail.com¹

Abstract. *In the midst of increasingly rapid and complex information flows in the digital era, the ability of government institutions to establish effective communication has become crucial in shaping a positive public image. This study aims to examine the public communication strategies implemented by the South Jakarta Department of Communication, Informatics, and Statistics in delivering information to the public in a transparent, accurate, and participatory manner. Employing a qualitative approach with a descriptive method, data were obtained through in-depth interviews, observation, and documentation. The findings reveal that the department actively utilizes social media and digital channels, fosters two-way communication, and crafts messages that are adaptive to public needs. Despite these efforts, challenges persist, such as limited human resources, disruptions in digital infrastructure, and the spread of disinformation that undermines public trust. This study underscores the importance of communication strategies that are not only technical but also ethical and humanistic, positioning the public as partners in dialogue. These findings are expected to contribute to strengthening the communication capacity of government institutions that are oriented toward service, transparency, and collaboration.*

Keywords: *Digital Era; Information Dissemination; Positive Image; Public Communication Strategy; Public Trust.*

Abstrak. Di tengah arus informasi yang semakin cepat dan kompleks pada era digital, kapabilitas instansi pemerintah dalam membangun komunikasi yang efektif menjadi krusial dalam membentuk citra positif di mata publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Jakarta Selatan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara transparan, akurat, dan partisipatif. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik memanfaatkan media sosial dan kanal digital secara aktif, membangun komunikasi dua arah, serta menyusun pesan yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Di balik upaya tersebut, tantangan tetap hadir, seperti keterbatasan SDM, gangguan infrastruktur digital, serta disinformasi yang mengganggu kepercayaan publik. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga etis dan humanis, dengan menempatkan publik sebagai mitra dialog. Temuan ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam penguatan kapasitas komunikasi instansi pemerintah yang berorientasi pada pelayanan, keterbukaan, dan kolaborasi.

Kata kunci: Citra Positif; Diseminasi Informasi; Era Digital; Kepercayaan Publik; Strategi Komunikasi Publik.

1. LATAR BELAKANG

Era digital membawa perubahan besar dalam pola interaksi antara pemerintah dan masyarakat, di mana penyebaran informasi berlangsung cepat dan luas, menjadikan komunikasi publik sebagai elemen krusial dalam membangun citra positif serta kepercayaan terhadap instansi pemerintah. Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Suku Dinas Kominfo) Jakarta Selatan berperan strategis dalam mengelola arus informasi, menyampaikan kebijakan secara transparan, serta menjembatani hubungan pemerintah dengan masyarakat melalui media konvensional dan digital.

Pemanfaatan media sosial menjadi sarana efektif untuk diseminasi informasi dan membangun keterlibatan publik secara dua arah, meski di sisi lain muncul tantangan berupa hoaks, disinformasi, rendahnya literasi digital, dan ketidaksiapan sumber daya manusia dalam menghadapi kompleksitas komunikasi era digital. Strategi komunikasi yang tepat, adaptif, dan berbasis data diperlukan agar pesan pemerintah tersampaikan secara akurat, menarik, dan mudah dipahami, sekaligus menjaga reputasi serta membangun citra positif lembaga.

2. KAJIAN TEORITIS

Pada dasarnya, strategi merupakan suatu bentuk rencana dan pengelolaan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Namun strategi tidak hanya berperan sebagai penunjuk arah, melainkan mencakup langkah operasional yang konkret sebagai taktik untuk mewujudkan tujuan tersebut. (Rannita, 2022).

Menurut John dan Hassan (2007, dalam Harahap et al., 2022). Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategic*” yang artinya siasat atau rencana. Kata Strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik yaitu “*Stratsos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Kemudian kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Maka dari itu, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam konteks komunikasi, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah, rencana atau rancangan yang dibuat sedemikian rupa untuk mencapai tujuan tertentu. Melalui rancangan yang matang maka tujuan akan mudah dicapai.

Menurut Heath dan Bryant, komunikasi merupakan sebuah proses maupun kumpulan dari suatu tindakan yang dilakukan masyarakat secara keseluruhan yang dibentuk oleh interaksi berupa simbol-simbol yang telah diciptakan. Dengan kata lain, komunikasi melibatkan aktivitas sosial yang rumit, di mana makna yang dibangun dan disampaikan melalui sistem yang disepakati bersama. (Harahap et al., 2022).

Menurut J.B.A.F. Mayor Polak, masyarakat merupakan wadah yang mencakup seluruh bentuk hubungan sosial beserta jaringannya secara menyeluruh dan universal, tanpa adanya batasan yang spesifik. Berdasarkan pemahaman tersebut, dapat disimpulkan bahwa publik baik dalam jumlah besar maupun kecil, mayoritas maupun minoritas merupakan bagian dari masyarakat secara keseluruhan (Siregar, 2021).

Citra merupakan sasaran utama sekaligus reputasi yang ingin dibangun dalam praktik kehumasan atau public relations. Secara definisi, citra bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara kuantitatif, namun keberadaannya dapat terasa melalui penilaian publik, baik dalam

bentuk penerimaan, persepsi, maupun tanggapan yang bisa bersifat positif maupun negatif, baik dari khalayak sasaran secara khusus maupun dari masyarakat umum. Citra yang positif bagi suatu organisasi menjadi aset yang sangat berharga, karena persepsi publik terhadap citra tersebut akan memengaruhi berbagai aspek operasional organisasi.

Diseminasi merupakan proses penyebaran inovasi yang dilakukan secara terencana, terarah, dan dikelola dengan baik. Berbeda dengan difusi, yang berlangsung secara alami dan spontan dalam jalur komunikasi, diseminasi bertujuan menciptakan pertukaran informasi yang terstruktur hingga akhirnya tercapai kesepakatan atau kesepakatan mengenai inovasi yang disampaikan. Diseminasi informasi merupakan proses distribusi atau penyampaian informasi kepada audiens yang lebih luas. Tujuannya adalah untuk menyampaikan pesan atau pengetahuan kepada masyarakat secara tepat guna dan efisien, sehingga informasi tersebut dapat dipahami dan dimanfaatkan dengan baik oleh penerimanya. (Maharani et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami penerapan strategi komunikasi digital oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Sudin Kominfotik) Jakarta Selatan dalam membangun citra positif di mata publik. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat menggali proses dan makna komunikasi secara mendalam yang tidak dapat diukur secara statistik. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, serta divalidasi menggunakan triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai efektivitas strategi komunikasi digital pemerintah dalam membangun citra positif dan meningkatkan penyebaran informasi kepada masyarakat.

Penelitian dilaksanakan di Kantor Sudin Kominfotik Jakarta Selatan yang berlokasi di Jalan Prapanca Raya No. 9, Kebayoran Baru, pada periode April hingga Juni 2025. Unit analisis penelitian ini mengacu pada unsur strategi komunikasi menurut Hafied Cangara, yaitu komunikator, pesan, media, sasaran, dan efek komunikasi. Dalam hal ini, Sudin Kominfotik bertindak sebagai komunikator yang menyampaikan pesan melalui berbagai media dan kebijakan untuk membangun citra positif serta meminimalisir hoaks, sedangkan keberhasilan strategi diukur dari respon masyarakat terhadap kegiatan komunikasi publik yang dilakukan.

Secara konseptual, strategi komunikasi dimaknai sebagai langkah terstruktur mulai dari analisis situasi, perumusan tujuan, pemilihan media, hingga evaluasi dampak komunikasi. Komunikasi publik merupakan proses interaksi antara pemerintah dan masyarakat untuk membangun pemahaman, kepercayaan, dan partisipasi publik, sedangkan diseminasi informasi

dipahami sebagai penyebaran pesan melalui media digital maupun konvensional agar dapat menjangkau masyarakat secara luas. Citra positif mencerminkan persepsi baik masyarakat terhadap instansi berdasarkan komunikasi yang konsisten dan kredibel, sedangkan efek komunikasi merujuk pada perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku publik sebagai hasil dari kegiatan komunikasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara non-partisipatif terbuka terhadap aktivitas komunikasi publik baik secara langsung maupun digital untuk melihat bentuk pesan, media yang digunakan, serta tingkat partisipasi masyarakat. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan beberapa narasumber, yaitu Erwin Lobo selaku Kepala Seksi Sudin Kominfo, Wida sebagai pengelola media sosial @kotajakartaselatan, dan Septian Cahyo sebagai content creator. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen, laporan, dan konten digital yang relevan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Analisis data menggunakan meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Data yang telah diperoleh diseleksi dan dikelompokkan berdasarkan tema utama seperti pesan, media, dan respon publik, kemudian disajikan secara naratif untuk memudahkan interpretasi. Selanjutnya, kesimpulan ditarik berdasarkan hasil temuan dengan memastikan keabsahan data melalui proses triangulasi. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber, metode, dan waktu, yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai narasumber, mengonfirmasi hasil dari beberapa teknik pengumpulan data, serta memeriksa kesesuaian hasil pada waktu yang berbeda. Dengan cara ini, data yang diperoleh diharapkan akurat, objektif, dan mencerminkan kondisi lapangan secara nyata.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Strategi Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategi komunikasi di Suku Dinas Kominfo Jakarta Selatan dilakukan secara terarah dan terukur untuk memastikan efektivitas penyebaran informasi publik. Proses ini diawali dengan pemetaan isu dan kebutuhan informasi masyarakat melalui analisis media sosial dan koordinasi lintas bidang. Berdasarkan hasil tersebut, ditetapkan tujuan komunikasi yang berfokus pada peningkatan pemahaman publik terhadap kebijakan pemerintah serta penguatan citra positif instansi.

Segmentasi audiens menjadi aspek penting agar pesan tersampaikan dengan tepat. Sudin Kominfotik menyesuaikan gaya bahasa dan bentuk konten sesuai karakteristik masyarakat, seperti penggunaan visual menarik untuk generasi muda dan informasi formal untuk kalangan profesional. Pemilihan media juga disesuaikan, dengan media sosial digunakan untuk menjangkau publik luas, sementara situs resmi dan publikasi berita untuk informasi resmi pemerintah.

Perencanaan dilakukan secara kolaboratif antarbidang melalui penyusunan kalender publikasi dan evaluasi berkala agar strategi tetap relevan dengan isu publik dan tren media digital. Hasilnya, strategi komunikasi yang terencana dan adaptif mampu memperkuat kedekatan antara pemerintah dan masyarakat, serta membangun citra positif pemerintah daerah sebagai lembaga yang transparan, responsif, dan terpercaya.

Peran Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi berperan penting bagi Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Sudin Kominfotik) Jakarta Selatan dalam menjembatani hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Melalui komunikasi yang informatif, partisipatif, dan humanis, Sudin Kominfotik mampu menyampaikan kebijakan dan program pemerintah secara efektif serta membangun kepercayaan publik. Pemanfaatan berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, situs web, dan kegiatan tatap muka, membuat pesan pemerintah tersampaikan lebih luas dan tepat sasaran. Selain itu, komunikasi internal yang terjalin baik antarpegawai membantu menjaga keselarasan informasi dan efektivitas kerja. Dengan demikian strategi sangat penting dalam membangun citra positif.

Media Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media komunikasi memegang peran penting dalam mendukung efektivitas strategi komunikasi publik Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Sudin Kominfotik) Jakarta Selatan. Pemanfaatan media konvensional seperti spanduk, baliho, dan publikasi cetak masih digunakan untuk menjangkau masyarakat secara langsung, terutama di wilayah yang belum sepenuhnya terhubung dengan teknologi digital. Namun, media digital menjadi fokus utama dalam penyebaran informasi karena dinilai lebih cepat, interaktif, dan memiliki jangkauan luas. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, X (Twitter), dan website resmi, Sudin Kominfotik mampu menyampaikan informasi kebijakan, program, serta kegiatan pemerintah secara real-time dan menarik bagi masyarakat. Penggunaan media sosial juga memungkinkan komunikasi dua arah, di mana masyarakat dapat memberikan tanggapan,

saran, maupun keluhan secara langsung. Kombinasi antara media tradisional dan digital ini memperkuat strategi komunikasi pemerintah daerah dalam memastikan keterbukaan informasi, meningkatkan partisipasi publik, serta membangun citra positif Sudin Kominfotik Jakarta Selatan di era digital.

Karakteristik Penerima Pesan

Masyarakat Jakarta Selatan memiliki latar belakang yang beragam, baik dari segi usia, pendidikan, profesi, maupun tingkat literasi digital, sehingga pendekatan komunikasi yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing kelompok. Bagi masyarakat yang aktif di dunia digital, Sudin Kominfotik memanfaatkan media sosial dan platform online dengan gaya bahasa yang ringan, visual menarik, serta informasi yang mudah dipahami. Sementara itu, bagi kelompok masyarakat yang kurang familiar dengan teknologi, Sudin Kominfotik tetap menggunakan media konvensional seperti sosialisasi langsung, spanduk, dan brosur. Pemahaman terhadap karakteristik audiens ini membantu Sudin Kominfotik dalam menyusun pesan yang relevan, mudah diterima, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dengan demikian, penyesuaian pesan berdasarkan karakteristik penerima menjadi kunci dalam membangun komunikasi publik yang efektif dan memperkuat citra positif instansi.

Evaluasi dan dampak Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang dirancang secara terencana dan berbasis digital berhasil memperluas jangkauan informasi sekaligus membangun citra positif instansi di mata publik. Masyarakat menjadi lebih aktif dalam memberikan umpan balik dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosialisasi maupun forum digital. Dari sisi evaluasi, Sudin Kominfotik melakukan pemantauan rutin terhadap efektivitas pesan melalui analisis interaksi di media sosial, respon publik, serta laporan kegiatan. Evaluasi ini digunakan untuk menilai sejauh mana pesan dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat, sekaligus menjadi dasar dalam perbaikan strategi komunikasi berikutnya. Dengan adanya evaluasi berkelanjutan, Sudin Kominfotik mampu memastikan strategi komunikasi tetap relevan, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan efektif dalam menjaga citra positif pemerintah daerah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Sudin Kominfotik) Jakarta Selatan menerapkan strategi komunikasi publik yang informatif dan partisipatif dengan menyesuaikan karakteristik masyarakat serta

kondisi sosial yang berkembang. Strategi ini mengombinasikan media online dan offline untuk memastikan penyebaran informasi yang luas, cepat, dan mudah diakses. Melalui media sosial, Sudin Kominfo berhasil membangun narasi positif dan memperkuat citra sebagai lembaga yang terbuka dan responsif, sementara kegiatan tatap muka digunakan untuk memperdalam pemahaman publik. Strategi tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat terhadap program pemerintah. Meski dihadapkan pada tantangan seperti rendahnya literasi digital, penyebaran hoaks, dan keterbatasan sumber daya manusia, Sudin Kominfo terus berinovasi melalui peningkatan kapasitas internal dan edukasi publik. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan berperan penting dalam mewujudkan keterbukaan informasi, memperkuat hubungan pemerintah dengan masyarakat, serta membangun citra positif dan tata kelola pemerintahan yang partisipatif di era digital.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran untuk pengembangan strategi komunikasi publik Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Sudin Kominfo) Jakarta Selatan. Pertama, Sudin Kominfo perlu terus meningkatkan literasi digital masyarakat melalui pelatihan, sosialisasi, dan kampanye edukatif agar masyarakat mampu mengenali informasi yang valid dan menangkal hoaks. Kedua, penguatan kapasitas sumber daya manusia di bidang komunikasi digital, pengelolaan media sosial, dan analisis publik sangat penting untuk menciptakan strategi yang lebih adaptif dan responsif. Ketiga, pemanfaatan teknologi inovatif seperti chatbot, analisis media sosial, dan kecerdasan buatan perlu dikembangkan untuk mempercepat interaksi dengan publik. Selain itu, Sudin Kominfo perlu memperkuat kanal informasi resmi agar lebih responsif dan transparan dalam menghadapi isu yang berkembang.

Masyarakat diharapkan semakin aktif dan kritis dalam menyaring informasi serta berpartisipasi dalam kegiatan edukasi yang diselenggarakan pemerintah guna menciptakan ekosistem informasi yang sehat. Sementara itu, peneliti selanjutnya disarankan memperluas kajian dengan meneliti efektivitas media tertentu atau menggunakan metode campuran untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan relevan bagi pengembangan strategi komunikasi publik di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, S., Utami, A. D., Wunawarsih, I. A., Febryanti, A., Ema, Afrahamiryano, Hikmah, R., Hasanah, N., & Jayadisastra, Y. (2024). *Pengantar Komunikasi Pendidikan* (SALAHUDDIN & S. R. ABUBAKAR (eds.)).
- Afida, W. R. (2025). *STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN PURBALINGGA DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DI MASYARAKAT*. 1–23.
- Ahmad, N. (2022). *DASAR DASAR KOMUNIKASI PUBLIK*. maxdesign.
- Aulia Rahmi, D., & Fitri, N. A. (2023). *Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Dan Reputasi Organisasi: Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. December, 1–14.
- Ayumsari, R. (2022). Peran Dokumentasi Informasi Terhadap Keberlangsungan Kegiatan Organisasi Mahasiswa. *Tibannbaru : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 6(1), 63–78. <https://doi.org/10.30742/tb.v6i1.2044>
- Cangara, H. (2022). *PERENCANAAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI* (Y. SRIHAYATI (ed.)). PT RajaGrafindo Persada, Depok.
- Efendi, E., Ayubi, M., & Aulia, N. (2023). *Model-Model Komunikasi Linear*. 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3216>
- Harahap, S., Rizki, J., & Siregar, E. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi*. PRENADA.
- Kaisar. A. S. (2024). *Strategi Komunikasi Humas Dinas Komunikasi Informatika Statistik Dan Persandian KotaPekanbaru Dalam Meningkatkan PelayananPublik Bagi Masyarakat Pekanbaru*. 6900, 1–65.
- Maharani, R., Rahayu, C. Y., Seviani, K. D., & Noor, Y. M. (2023). Strategi Diseminasi Dinas Komunikasi Dan Informatika (DISKOMINFO) Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Di Kabupaten Ciamis. *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA*, 1(3), 342–353. <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v1i3.614>
- Maskhuri, E., & Jauhari, M. (2022). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Desa Bagorejo Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi . *Jurnal Komunikasi*, 15–27.
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71–82.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Puhan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). *JENIS JENIS KOMUNIKASI*. 2, 9.
- Putri, R. A. (2023). Strategi Public Relations Suku Dinaskomunikasi Infomasi Dan Statistik Kota Jakarta Barat Dalam Mengelola Isu Publik Negatif Di Instagram @Kotajakartabarat. *Skripsi*, 6(November), 5–24.

- Rahmawati, A., Halimah, N., Karmawan, K., & Setiawan, A. A. (2024). Optimalisasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Field Research Melalui Pelatihan Berbasis Participatory Action Research Pada Mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2), 135–142. <https://doi.org/10.37640/japd.v4i2.2100>
- Rannita, W. (2022). *PERAN DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PEKANBARU DALAM PENGELOLAAN LAYANAN INFORMASI*. 1, 1–98.
- Shinta, N., Tosno, H., & Majid, A. (2022). Strategi Corporate Public Relations Dalam Mempertahankan Citra produk Indihome Telkom Di Witel Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia*, 04, 191. <https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id>
- Siregar, M. N. (2021). Strategi Komunikasi dalam Pembentukan Opini Publik Masyarakat. *Jurnal Manajemen Dakwah*.
- Sri Wahyuni. (2021). *Pengelolaan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi Informatika Dan Persandian Kabupaten Kampar Dalam Diseminasi Informasi Pembangunan Daerah*.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Vol. 5). ALFABETA. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827>[internal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt](https://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt)<http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.10>
- Ulfa, M. (2024). *Strategi Dinas Komunikasi Dan Informatika Dalam Memberikan Pelayanan Informasi Melalui Akun Instagram Di Kota Makassar*. 9.