



Implementasi Strategi Media Relations Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan dalam Penyebaran Informasi Publik melalui Portal Berita Online

Shela Amelia Akhap^{1*}, Lilik Sumarni², Nani Nurani Muksin³

¹⁻³ Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: shelaamelia2507@gmail.com

Abstract. *This study is motivated by the crucial role of government public relations in managing effective communication in the digital era, particularly through cooperation with online media to ensure public information is delivered widely, accurately, and credibly. The research aims to analyze the implementation of media relations strategies carried out by the Public Relations Office of the South Tangerang City Social Service, focusing on three main aspects: managing media relations, developing information dissemination strategies, and building cooperative networks with online media. This study employs a qualitative approach using descriptive methods, with data collected through in-depth interviews and documentation. The theoretical framework is based on Yosol Iriantara's (2019) media relations strategy, which emphasizes relationship management, communication strategies, and network development. The findings indicate that media relations are implemented through formal and informal communication, openness to media needs, the preparation of informative and community-oriented content, and continuous formal and informal collaboration with online media. Overall, the implementation of media relations strategies contributes to building a positive institutional image and enhancing public trust, although challenges remain, including limited advertorial budgets and human resource constraints.*

Keywords: Government Public Relations; Implementation of Media Relations Strategy; Institutional image; Online Media; Public Information.

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran hubungan masyarakat pemerintah dalam mengelola komunikasi yang efektif di era digital, khususnya melalui kerja sama dengan media daring agar informasi publik dapat disampaikan secara luas, akurat, dan kredibel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi media relations yang dilakukan oleh Bagian Hubungan Masyarakat Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan, dengan menitikberatkan pada tiga aspek utama, yaitu pengelolaan hubungan dengan media, pengembangan strategi penyebaran informasi, serta pembangunan jaringan kerja sama dengan media daring. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Kerangka teori yang digunakan mengacu pada teori strategi media relations dari Yosol Iriantara (2019), yang menekankan pentingnya pengelolaan hubungan, strategi komunikasi, dan pengembangan jaringan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan media relations dilakukan melalui komunikasi formal dan informal, keterbukaan terhadap kebutuhan media, penyusunan konten yang informatif dan berorientasi pada kepentingan masyarakat, serta kerja sama berkelanjutan secara formal dan informal dengan media daring. Secara keseluruhan, penerapan strategi media relations berperan dalam membangun citra positif lembaga dan meningkatkan kepercayaan publik, meskipun masih dihadapkan pada kendala berupa keterbatasan anggaran advertorial dan sumber daya manusia.

Kata kunci: Citra institusi; Humas Pemerintah; Implementasi Strategi Media relations; Informasi Publik; Media Online.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi dan akses informasi masyarakat. Media online kini menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi publik karena mampu menyajikan informasi secara cepat, luas, dan real time. Dalam konteks pemerintahan, transformasi digital ini menuntut institusi publik untuk menyesuaikan strategi komunikasi agar tetap relevan, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat. Komunikasi publik yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai sarana

penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen akuntabilitas dan pembentukan kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah (Effendy, 2017).

Seiring dengan perubahan tersebut, peran hubungan masyarakat (Humas) dalam institusi pemerintah menjadi semakin strategis. Humas pemerintah bertugas menjembatani komunikasi dua arah antara institusi dan publik melalui pengelolaan informasi yang akurat, responsif, dan berkelanjutan (Ruslan, 2016). Dalam praktiknya, Humas tidak hanya menyampaikan kebijakan dan program pemerintah, tetapi juga membangun pemahaman, partisipasi, serta citra positif institusi di mata masyarakat (Cutlip et al., 2016).

Salah satu strategi utama dalam praktik kehumasan pemerintah adalah media relations, yaitu upaya sistematis dalam membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan dengan media massa. Media relations memiliki peran penting karena media berfungsi sebagai perantara antara pemerintah dan publik. Dibandingkan dengan media sosial institusi, portal berita online memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi karena informasi yang disajikan melalui proses verifikasi jurnalistik. Oleh karena itu, pemberitaan di media online mampu memberikan legitimasi terhadap informasi pemerintah serta berkontribusi dalam pembentukan opini publik dan citra institusi (Iriantara, 2019; Syahputra, 2019).

Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu instansi pemerintah daerah yang aktif memanfaatkan portal berita online dalam menyebarluaskan informasi mengenai program sosial, layanan publik, dan berbagai kegiatan kelembagaan. Strategi ini menjadi penting mengingat isu-isu sosial yang dikelola oleh Dinas Sosial, seperti bantuan sosial, perlindungan kelompok rentan, dan pemberdayaan masyarakat, bersifat sensitif serta membutuhkan komunikasi yang terbuka, akuntabel, dan terpercaya. Selain itu, kebijakan pemerintah melalui Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 menegaskan bahwa kehumasan pemerintah memiliki peran strategis dalam penyampaian informasi publik dan pembentukan citra institusi. Hal ini diperkuat oleh Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2018 yang menempatkan penyebaran informasi publik sebagai bagian dari indikator keberhasilan pelayanan sosial.

Meskipun praktik media relations telah banyak diterapkan di berbagai instansi pemerintah, hasil kajian empiris menunjukkan bahwa penelitian mengenai strategi media relations masih lebih banyak berfokus pada instansi komunikasi atau pemerintah daerah secara umum, seperti Dinas Komunikasi dan Informatika atau pemerintah kota/kabupaten (Abiyyi, 2022; Annisa, 2022; Prayogi, 2022). Penelitian yang secara khusus mengkaji penerapan media relations pada konteks Dinas Sosial masih relatif terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian

yang secara mendalam menyoroti pemanfaatan portal berita online sebagai kanal utama dalam penyebaran informasi publik oleh instansi daerah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu diisi melalui kajian empiris yang lebih spesifik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi media relations yang diterapkan oleh Humas Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan dalam menyebarkan informasi publik melalui portal berita online. Penelitian ini juga mengeksplorasi pola hubungan yang dibangun antara Humas dan media, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi media relations tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian Public Relations sektor pemerintahan, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi instansi pemerintah daerah dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik dan penguatan citra institusi di era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian teoretis penelitian ini berlandaskan pada konsep Public Relations sebagai fungsi manajemen komunikasi yang bertujuan membangun hubungan timbal balik antara organisasi dan publiknya melalui komunikasi dua arah yang terencana (Cutlip et al., 2016). Dalam konteks pemerintahan, Government Public Relations berperan sebagai fasilitator komunikasi publik, penyampai informasi kebijakan, dan penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Melalui fungsi komunikatif, edukatif, dan advokatif, humas pemerintah berupaya membangun transparansi, meningkatkan pemahaman publik, serta menjaga legitimasi institusi.

Salah satu pendekatan strategis dalam praktik Public Relations adalah media relations, yaitu upaya membangun dan mempertahankan hubungan profesional antara organisasi dan media untuk mendukung penyebaran informasi yang kredibel dan luas. Media relations mencakup kemampuan teknis penyusunan isi komunikatif, etika transparansi, dan relasi strategis dengan jurnalis serta institusi media (Iriantara, 2019). Dalam praktiknya, strategi media relations dapat meliputi pengelolaan relasi, pengembangan strategi relasi, serta perluasan jaringan media sebagai fondasi komunikasi publik yang efektif. Strategi ini menjadi semakin penting dalam pemerintahan karena publik menuntut akses informasi yang cepat, akurat, dan dapat dipercaya.

Dalam perkembangan komunikasi digital, media online khususnya portal berita online menjadi platform utama dalam aktivitas media relations karena memiliki karakteristik real time, update, mudah diakses, dan memiliki legitimasi jurnalistik. Portal berita online juga memiliki fungsi amplifikasi informasi publik yang lebih kuat dibandingkan media sosial

institusi, karena melibatkan proses seleksi redaksional sehingga meningkatkan kredibilitas pesan pemerintah di mata publik.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung relevansi topik ini. Annisa (2022) menekankan bahwa strategi media relations dapat membangun citra positif pemerintah melalui kerja sama berkelanjutan dengan media. Prayogi & Prawijaya (2022) menemukan bahwa efektivitas media relations dipengaruhi oleh sumber daya manusia, sarana pendukung, dan kolaborasi lintas media. Penelitian Putri & Khoiruddin (2022) dan Shevila & Andiyansari (2024) menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital dan media relations berbasis jurnalistik berperan dalam memperluas jangkauan informasi publik. Sementara itu, Diandra et al. (2024) dan Abiyyi & Nofandrilla (2022) menguatkan bahwa pengelolaan relasi personal dan profesional dengan media mampu meningkatkan legitimasi publikasi dan memperkuat citra institusi.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini berdiri pada pemahaman bahwa strategi media relations tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas publikasi, tetapi sebagai pendekatan strategis dalam membangun kepercayaan publik melalui media online yang kredibel. Dengan demikian, fokus penelitian diarahkan pada bagaimana strategi media relations diterapkan secara praktis oleh Humas Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan dalam memanfaatkan portal berita online untuk penyebaran informasi publik secara efektif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif karena bertujuan memahami fenomena secara mendalam dalam konteks yang alamiah. Pendekatan ini sesuai dengan fokus penelitian yang ingin menggali secara komprehensif strategi media relations Humas Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan dalam penyebaran informasi publik melalui portal berita online. Lokasi penelitian berada di Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan, dengan waktu pelaksanaan mulai Desember 2024 hingga Juli 2025.

Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan kompetensi, relevansi, dan keterlibatan informan dalam fenomena yang diteliti. Informan utama dalam penelitian ini terdiri dari pejabat humas Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan, dan didukung informan tambahan seperti wartawan media lokal, redaktur portal berita online, serta masyarakat sebagai penerima informasi. Pemilihan informan tambahan dilakukan sebagai bentuk triangulasi sumber untuk memperkuat keabsahan temuan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Data wawancara diperoleh dari informan kunci dan pendukung yang terlibat langsung dalam proses publikasi informasi melalui media online. Sementara itu, dokumentasi berupa arsip pemberitaan, foto kegiatan, dan bahan publikasi digunakan untuk melengkapi dan memverifikasi data wawancara. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber dan metode, dengan hasil menunjukkan bahwa data konsisten, kredibel, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang dilakukan secara berulang dan interaktif hingga mencapai konsistensi temuan. Model ini memungkinkan peneliti menemukan pola, makna, dan hubungan antar data dari lapangan untuk mendukung interpretasi secara konseptual.

Model penelitian ini dibangun berdasarkan dimensi strategi media relations menurut Iriantara (2019), yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi relasi, dan memperluas jaringan media. Ketiga dimensi ini digunakan sebagai pedoman analisis untuk memetakan praktik media relations dan efektivitasnya dalam penyebaran informasi publik melalui portal berita online pada konteks instansi pemerintah daerah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan mengimplementasikan strategi media relations dalam menyebarkan informasi publik melalui media online. Temuan penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak humas, redaktur media, wartawan, serta masyarakat penerima informasi, kemudian dianalisis menggunakan kerangka tiga dimensi strategi media relations yang meliputi pengelolaan relasi, pengembangan strategi relasi, dan pengembangan jaringan. Ketiga dimensi tersebut saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan praktik komunikasi publik yang berlangsung secara sistematis, terencana, dan adaptif.

Berdasarkan hasil wawancara, pengelolaan relasi antara Humas Dinas Sosial dan media dilakukan melalui kombinasi komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal berlangsung melalui penyebaran rilis kegiatan, penyediaan data kepada wartawan, serta koordinasi liputan acara. Sementara itu, komunikasi informal hadir dalam bentuk interaksi personal melalui WhatsApp maupun pertemuan santai di luar agenda resmi. Pendekatan ganda ini membuat hubungan antara humas dan media tidak hanya bersifat struktural, namun juga hangat dan cair. Kepala Administrasi Media menjelaskan bahwa humas selalu menjaga komunikasi yang terbuka dan responsif. Respons cepat terhadap permintaan klarifikasi atau

tambahan data menjadi salah satu alasan media menilai kerja sama ini berjalan efektif. Dari sudut pandang media, kecepatan dan keterbukaan menjadi faktor penting dalam produksi berita, sehingga hubungan yang terkelola dengan baik mempermudah proses kerja redaksi dan meningkatkan kepercayaan terhadap instansi.

Relasi yang terbangun ini juga berdampak pada persepsi masyarakat. Melalui pemberitaan media online, masyarakat merasa informasi sosial lebih mudah diakses dan dipahami. Banyak publikasi yang muncul secara rutin di media lokal menggambarkan bahwa relasi humas-media telah berkontribusi pada aliran informasi yang terbuka. Dokumentasi percakapan di WhatsApp Group media serta catatan publikasi menunjukkan bahwa pola komunikasi rutin ini menjadi fondasi penting bagi penyebaran informasi publik secara berkelanjutan.

Di samping mengelola relasi, humas juga mengembangkan strategi relasi melalui penyusunan pesan yang sesuai dengan kebutuhan redaksi dan karakteristik publik. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa humas secara konsisten menyusun rilis dengan bahasa yang ringkas, jelas, dan fokus pada inti kegiatan. Penyesuaian format rilis dengan standar jurnalistik dilakukan untuk memastikan rilis lebih mudah dicerna dan diolah oleh wartawan. Redaktur dan wartawan mengakui bahwa rilis dari Dinas Sosial umumnya telah memuat unsur informasi pokok serta kutipan pejabat, sehingga tidak memerlukan banyak revisi saat dipublikasikan. Selain menyediakan rilis, humas juga memberikan penjelasan tambahan apabila dibutuhkan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai mitra yang aktif mendukung proses editorial media.

Dari perspektif masyarakat, berita yang dipublikasikan media online juga dinilai mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang sederhana dan narasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Misalnya, pemberitaan mengenai mekanisme bantuan sosial atau penyuluhan sosial dipandang membantu masyarakat memahami prosedur dan manfaat program tersebut. Selain itu, unggahan media sosial resmi Dinas Sosial turut memperlihatkan tingginya interaksi masyarakat terhadap informasi yang disebarkan, yang menunjukkan bahwa strategi penyusunan pesan yang lebih humanis dan komunikatif efektif dalam menjangkau audiens.

Dimensi ketiga dalam implementasi strategi media relations adalah pengembangan jaringan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Humas Dinas Sosial tidak hanya mempertahankan hubungan dengan media yang sudah ada, tetapi juga memperluas jaringan melalui pendekatan formal dan informal. Salah satu bentuk kerja sama formal adalah publikasi advertorial misalnya pada momen Hari Raya Idul Fitri yang menunjukkan adanya hubungan profesional berbasis kesepakatan resmi antara instansi dan media. Walaupun keterbatasan

anggaran menjadi kendala, kerja sama ini dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan momentum yang memiliki nilai publik yang tinggi.

Selain itu, jaringan dikembangkan melalui komunikasi informal yang menekankan kedekatan emosional dengan wartawan. Humas secara rutin berdiskusi santai, berinteraksi di luar jam kerja, dan membangun hubungan personal yang membuat komunikasi terasa lebih fleksibel. Wartawan menilai bahwa pendekatan personal seperti ini menciptakan rasa nyaman dan memperkuat kepercayaan terhadap instansi. Seiring dengan itu, pelibatan media dalam liputan kegiatan dinas, seperti peringatan Hari Pahlawan atau kegiatan pemberdayaan sosial, menunjukkan bahwa humas memberikan akses penuh bagi media untuk mengamati dan memberitakan aktivitas dengan lebih akurat.

Pengembangan jaringan ini memperluas cakupan publikasi karena melibatkan berbagai portal berita lokal yang dekat dengan masyarakat Tangerang Selatan. Dengan jejaring yang lebih luas, informasi sosial dapat menjangkau audiens yang heterogen. Dari analisis peneliti, jejaring komunikasi yang terbangun memberikan dampak positif dalam menjaga konsistensi publikasi, meningkatkan transparansi informasi publik, serta memperkuat citra positif Dinas Sosial sebagai lembaga yang terbuka dan responsif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi media relations yang diterapkan Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan berjalan secara efektif dan selaras dengan teori yang digunakan. Ketiga dimensi strategi mengelola relasi, mengembangkan strategi relasi, dan mengembangkan jaringan tidak hanya berdiri sendiri tetapi saling melengkapi. Pengelolaan relasi menciptakan fondasi kepercayaan, pengembangan strategi relasi memastikan pesan komunikatif dan sesuai kebutuhan media serta publik, dan pengembangan jaringan memperkuat penyebaran informasi secara luas dan berkelanjutan. Implementasi strategi ini membuktikan bahwa peran humas sangat strategis dalam menjaga arus informasi publik, membangun citra positif, serta memperkuat hubungan antara pemerintah, media, dan masyarakat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi media relations yang diterapkan Humas Dinas Sosial Kota Tangerang Selatan dalam penyebaran informasi publik melalui portal berita online berjalan secara terarah, adaptif, dan berbasis kebutuhan komunikasi publik digital. Implementasi strategi tersebut tercermin melalui pengelolaan relasi yang responsif dan kolaboratif dengan media, penyusunan strategi komunikasi berbasis nilai berita, serta pengembangan jaringan media yang melibatkan pola komunikasi formal dan informal. Temuan

ini menunjukkan bahwa media relations bukan hanya aktivitas publikasi informasi, tetapi strategi komunikasi institusional yang berperan dalam membangun kepercayaan publik, meningkatkan visibilitas kebijakan, dan memperkuat citra pemerintah.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa praktik media relations yang dilakukan tidak hanya selaras dengan kerangka teori Public Relations dan Government Public Relations, tetapi juga memperlihatkan dinamika baru berupa pemanfaatan platform komunikasi digital seperti WhatsApp Group sebagai mekanisme koordinasi cepat dengan media. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran praktik media relations dari pendekatan administratif formal menuju komunikasi relasional yang lebih fleksibel, personal, dan berbasis kepercayaan. Temuan tersebut memberi kontribusi teoretis terkait adaptasi strategi media relations dalam ekosistem komunikasi digital pemerintah daerah.

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi praktis diberikan untuk mempertahankan strategi komunikasi berbasis portal berita online yang telah berjalan efektif, sekaligus memperkuat kualitas pesan melalui narasi yang lebih persuasif, humanis, dan berorientasi pada kebutuhan publik. Selain itu, hubungan interpersonal dengan wartawan dan redaktur perlu terus dijaga melalui forum komunikasi rutin, media gathering, atau bentuk interaksi informal yang dapat memperkuat nilai kepercayaan jangka panjang antar pihak. Pemerintah daerah lain berpotensi mengadopsi model serupa, namun perlu mempertimbangkan konteks relasi media lokal, kesiapan SDM, serta infrastruktur komunikasi digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup objek penelitian yang hanya berfokus pada satu instansi pemerintah daerah, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas konteks komparatif antar instansi, menambahkan pendekatan kuantitatif untuk melihat efektivitas strategi berdasarkan indikator kinerja komunikasi, atau mengembangkan model evaluasi berbasis digital media engagement untuk menilai dampak jangka panjang strategi media relations terhadap penerimaan publik.

DAFTAR REFERENSI

- Abiyyi, S. M. (2022). Strategi *media relations* humas Kabupaten Pati dalam melaksanakan publisitas. *Jurnal Youth Communication Day*, 1(1), 1–10.
- Adiwijaya, S. (2024). *Buku ajar metode penelitian kualitatif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Annisa, F. N. (2022). Strategi *media relations* humas dalam membangun citra positif Pemerintahan Kota Bekasi. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(3), 345–360. <https://doi.org/10.15575/reputation.v6i3.20594>
- Arianto, B. (2024). *Triangulasi metode penelitian kualitatif*. Borneo Novelty Publishing.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective public relations* (9th ed.). Prenadamedia Group.
- Diandra, M. P. (2024). Strategi *media relations* PT Prima Praxis Komunika dalam menghasilkan publikasi di media massa. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 6(2), 155–168. <https://doi.org/10.25008/jpi.v6i2.175>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Haryoko, S. (2020). *Analisis data penelitian kualitatif*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Hasan, H. (2025). *Metode penelitian kualitatif*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Iriantara, Y. (2019). *Media relations: Konsep, pendekatan, dan praktik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Jamil, J. (2023). *Jurnalistik*. Azka Pustaka.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pahleviannur, M. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 tentang pedoman umum tata kelola kehumasan di lingkungan instansi pemerintah. (2011). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/132871/permen-pan-rb-no-30-tahun-2011>
- Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2018 tentang standar teknis pelayanan dasar pada standar pelayanan minimal bidang sosial di daerah provinsi dan kabupaten/kota. (2018). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/129957/permensos-no-9-tahun-2018>
- Prayogi, D. (2022). Strategi *media relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur dalam peningkatan sarana informatika publik. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 2(2), 101–112. <https://doi.org/10.33701/jtpm.v2i2.2824>

- Putri, R. D. (2022). Strategi *digital public relations* dalam menyampaikan informasi melalui Instagram @bdg.disdik. *Jurnal Ilmu Journalistik*, 7(2), 189–203. <https://doi.org/10.15575/reputation.v7i2.28592>
- Rochmaniah, A. (2021). *Dasar-dasar public relations*. UMSIDA Press.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen public relations dan media komunikasi: Konsep dan aplikasi*. Rajawali Pers.
- Saidah, M. (2023). *Public relations di era digital*. Deepublish.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. PT Kanisius.
- Sheviola, N. S. (2024). Strategi *media relations* Diskominfo Kabupaten Sleman dalam menjalankan fungsi publisitas pada media massa. *Jurnal Hikmah*, 18(2), 210–224. <https://doi.org/10.24952/hik.v18i2.11590>
- Suprawoto, D. D. (2018). *Government public relations: Perkembangan dan praktik di Indonesia*. Prenadamedia Group.
- Syahputra, I. (2019). *Media relations: Teori, strategi, dan praktik*. PT RajaGrafindo Persada.
- Tangsel.jawapos.com. (n.d.). *Super mudah, begini cara daftar penerimaan bantuan iuran jaminan kesehatan Dinsos Tangerang Selatan*. <https://tangsel.jawapos.com/tangsel-update/2505208543/super-mudah-begini-cara-daftar-penerimaan-bantuan-iuran-jaminan-kesehatan-dinsos-tangerang-selatan>
- Tangselpos.id. (n.d.). *17 calon siswa asal Tangsel masuk sekolah rakyat*. <https://tangselpos.id/detail/37391/17-calon-siswa-asal-tangsel-masuk-sekolah-rakyat>
- Tangselpos.id. (n.d.). *Beri bimbingan sosial, Dinsos Tangsel ingatkan bahaya ancaman penyalahgunaan NAPZA dan HIV/AIDS*. <https://tangselpos.id/detail/21888/beri-bimbingan-sosial-dinsos-tangsel-ingatkan-bahaya-ancaman-penyalahgunaan-napza-dan-hivaid>
- Tangselpos.id. (n.d.). *Cegah tindak perdagangan orang, Dinsos Tangsel lakukan pembinaan kepada masyarakat*. <https://tangselpos.id/detail/5951/cegah-tindak-perdagangan-orang-dinsos-tangsel-lakukan-pembinaan-kepada-masyarakat>