

STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMANFAATKAN TEKNOLOGI DIGITAL DI KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN LAMONGAN

Virna Maulidiya Archami ^{a*)}, Nur Kholis ^{a)}, Sulanam ^{a)\}

^{a)} Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia

^{*)}e-mail korespondensi: virnamaulidiya@gmail.com

Article history: received 01 October 2025; revised 12 November 2025; accepted 04 December 2025

DOI : <https://doi.org/10.33751/jmp.v13i2.13120>

Abstrak. Pentingnya peran humas dalam membangun citra positif lembaga melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi manajemen humas dalam menghadapi tantangan serta mengoptimalkan komunikasi dengan publik pada era digital di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam aktivitas humas mampu meningkatkan efisiensi penyebaran informasi, melalui pemanfaatan media digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan website resmi. Serta memperkuat hubungan antara lembaga dan publik. Namun, di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan masih terdapat kendala berupa keamanan siber dan keterbatasan akses di daerah terpencil. dari penelitian ini perlunya penguatan kapasitas SDM humas dalam bidang teknologi serta pengembangan kebijakan keamanan digital untuk mendukung pencapaian tujuan lembaga secara optimal di era digital.

Kata Kunci: Strategi Manajemen Humas, Teknologi Digital.

PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT STRATEGY IN UTILIZING DIGITAL TECHNOLOGY AT THE OFFICE OF THE MINISTRY OF RELIGION OF LAMONGAN REGENCY

Abstract. The importance of the role of public relations in building a positive image of the institution through the use of digital technology, especially at the Office of the Ministry of Religious Affairs of Lamongan Regency. This study aims to examine public relations management strategies in facing challenges and optimizing communication with the public in the digital era at the Office of the Ministry of Religious Affairs of Lamongan Regency. The method used is qualitative with interview, observation, and documentation techniques. The results of the study indicate that the integration of digital technology in public relations activities can increase the efficiency of information dissemination, through the use of digital media such as Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, and the official website. As well as strengthening the relationship between the institution and the public. However, at the Office of the Ministry of Religious Affairs of Lamongan Regency there are still obstacles in the form of cybersecurity and limited access in remote areas. From this study, it is necessary to strengthen the capacity of public relations human resources in the field of technology and the development of digital security policies to support the optimal achievement of institutional goals in the digital era.

Keywords: Public Relations Management Strategy, Digital Technology.

I. PENDAHULUAN

Di zaman sekarang, peran hubungan masyarakat atau humas sangat penting untuk perusahaan dan lembaga. Terutama dalam pemerintahan, humas menjadi penghubung antara lembaga pemerintah dengan banyak pihak, termasuk lembaga pemerintah lainnya, lembaga swasta, media, aparat, dan masyarakat umum. Humas pemerintah memudahkan komunikasi langsung dengan masyarakat tanpa harus selalu lewat jurnalis, bahkan perubahan internet juga mengubah cara komunikasi ini. Dalam tugasnya sebagai penghubung, humas pemerintah mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi tentang program, kebijakan, kegiatan, dan hasil kerja lembaga. Selain itu, humas juga punya tanggung jawab untuk menyampaikan respons lembaga terhadap harapan, pendapat, dan reaksi yang ada di masyarakat. Oleh sebab itu, penggunaan teknologi komunikasi sangat penting. (Masrifah Cahyani 2020)

Media adalah alat yang digunakan untuk bertukar informasi antara organisasi dan media massa. Banyak organisasi yang menggunakan program untuk berbagi pengetahuan lewat artikel maupun kegiatan lainnya. Di sisi lain, media sosial sebagai tempat

interaksi online, memberi ruang bagi orang-orang untuk berkomunikasi, berbagi beragam jenis konten, dan membangun koneksi secara virtual. Dengan platform ini, pengguna bisa memposting foto, video, pesan, serta membuat akun pribadi atau bisnis untuk berinteraksi dengan orang lain. Mereka juga bisa mengikuti akun-akun tertentu dan bergabung dalam komunitas yang memiliki minat yang sama. Platform yang terkenal seperti YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan TikTok menjadi media utama untuk berbagi informasi, membangun jaringan, dan berkomunikasi secara global. Selain media sosial, organisasi juga menggunakan situs web resmi untuk menyampaikan pesan, menjaga citra positif, serta menangani isu atau informasi yang negatif. Dalam dunia digital saat ini, internet telah menjadi saluran utama untuk menyebarkan informasi dan promosi bisnis, yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menjual produk melalui media yang terus berkembang. (Liedyani et al. 2025)

Humas adalah media komunikasi dan informasi yang menghubungkan antara lembaga dengan masyarakat. Humas di Kemenag Lamongan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan juga Website Resmi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan. Namun, dalam implementasinya, Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan juga dihadapkan pada sejumlah tantangan. Salah satu kendala utama adalah serangan peretasan terhadap website resmi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan yang menyebabkan terganggunya arus informasi dan layanan digital kepada Masyarakat, dan aksesibilitas Informasi bagi Masyarakat, tidak semua masyarakat memiliki akses atau kemampuan menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi. Terutama wilayah yang jauh dari kantor Kemenag yang masih sering mengalami kendala dalam mendapatkan informasi langsung.

Melalui tulisan ini, akan dibahas secara mendalam bagaimana strategi manajemen humas di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan dijalankan dalam menghadapi tantangan era digital, serta bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dioptimalkan untuk mendukung kinerja kehumasan yang lebih efektif dan inklusif. Dan untuk Peningkatan Pelayanan Informasi Publik Memperkuat sistem komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui WhatsApp, chatbot, atau layanan konsultasi online serta mengembangkan alternatif media komunikasi offline yang lebih luas jangkauannya, seperti brosur atau buletin berkala yang dapat didistribusikan ke daerah-daerah terpencil.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis dan konsisten. Metodologis berarti sesuai dengan metode atau cara tertentu. Sistematis yaitu berdasarkan suatu sistem, dan konstruksi adalah tidak adanya hal-hal bertentangan dalam suatu kerangka tertentu. Metode penelitian adalah cara untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu yang bersifat rasional, empiris dan sistematis. (Magdalena 2021) Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, karena bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara mendalam tentang Strategi Manajemen Humas dalam Memanfaatkan Teknologi Digital di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan. Pendekatan kualitatif dipilih agar memperoleh pemahaman mengenai fenomena yang terjadi di lapangan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pegawai di bagian Humas. Observasi dilakukan untuk melihat kondisi nyata cara humas memanfaatkan teknologi digital. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data dan mengetahui cara menyimpan hasil dari kegiatan humas sebelum di unggah ke media sosial.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

MANAJEMEN HUMAS

Menurut *Nasution*, manajemen humas adalah suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya. (Hasan 2017) *Herimanto*, mengutip pengertian humas dari Robertpo Simoes dalam bukunya bahwa humas merupakan proses interaksi yang bertujuan untuk menciptakan opini publik yang saling menguntungkan (*simbiosis mutualisme*), menanamkan kepercayaan yang baik, serta menumbuhkan citra positif dari public. (Praceka and Handaningtias, n.d.)

Menurut *Saihudin* manajemen humas itu diibaratkan sebagai penyampaian segala informasi baik ke dalam maupun ke luar, manajemen humas fokus pada hal yang berkaitan dengan komunikasi, konferensi pers, informasi dan public relation. Pada sisi lain, menurut *Putri* manajemen hubungan masyarakat merupakan alat manajemen yang memiliki posisi yang sangat penting dalam menentukan output yang dihasilkan oleh hubungan Masyarakat. (Zulkifli Musthan 2025) Di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan, humas menjalankan fungsi ini dengan mengoptimalkan penggunaan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan website resmi sebagai media komunikasi dan informasi publik.

Peran humas melibatkan banyak kegiatan yang bertujuan untuk menjalankan fungsi hubungan masyarakat dengan cara berkomunikasi, memberikan informasi yang dapat dipercaya, dan menciptakan kesan baik yang menghubungkan lembaga serta produk dengan kebutuhan, keinginan, perhatian, dan kepentingan orang-orang. Humas memiliki posisi penting dalam pengelolaan organisasi karena tugasnya adalah mengatur hubungan dan komunikasi antara organisasi dan publiknya. Saat ini, keberadaan humas di berbagai organisasi, perusahaan, lembaga, dan instansi pemerintah sangatlah penting. Hubungan masyarakat telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam membentuk pendapat publik. Kehadiran humas menjadi hal yang penting dalam

mempengaruhi pandangan masyarakat agar memahami dan mengenali layanan, produk, serta ide dari lembaga atau Perusahaan.(Muh. Anwar 2024)

Peran humas dalam sebuah organisasi sangat berhubungan dengan pencapaian tujuan utama dan pelaksanaan manajemen di perusahaan. Fungsi utama dalam manajemen mencakup berbagai aktivitas yang bertujuan untuk mencapai sasaran organisasi dengan menggunakan semua sumber yang ada. Dari sudut pandang pengelolaan sumber daya, perusahaan perlu mengatur aset-asetnya dengan baik, seperti tenaga kerja, bahan baku, alat produksi, dan juga keuangan, agar operasionalnya berjalan lancar. Pengelolaan yang baik sangat penting agar perusahaan bisa menciptakan distribusi produk yang efisien dan meningkatkan pangsa pasar. Jadi, keberhasilan humas dalam mendukung manajemen sangat bergantung pada seberapa baik organisasi bisa memanfaatkan potensi sumber daya yang dimilikinya.(Ichromsyah Arrochman, dkk 2021)

Namun, dalam pelaksanaannya, tantangan muncul ketika website resmi Kemenag Lamongan mengalami peretasan, yang menyebabkan terputusnya distribusi informasi digital kepada masyarakat. Kendala ini bukan hanya bersifat teknis, tetapi juga berdampak pada kepercayaan masyarakat terhadap kanal informasi resmi pemerintah. Selain itu, aksesibilitas digital masih menjadi hambatan utama, terutama bagi masyarakat di wilayah terpencil yang tidak memiliki akses atau keterampilan memadai dalam menggunakan media sosial.

Untuk mengatasi hal ini, Kemenag Lamongan melakukan pemulihan sistem digital dan penguatan keamanan siber, serta pengembangan jalur komunikasi alternatif untuk memastikan informasi tetap dapat menjangkau semua kalangan. Strategi ini menunjukkan bahwa manajemen humas tidak hanya bicara soal perencanaan komunikasi, tetapi juga soal resiliensi dalam menghadapi gangguan eksternal dan inklusivitas dalam menjangkau seluruh segmen masyarakat.

KONSEP TEKNOLOGI DIGITAL DALAM KEHUMASAN

Hubungan baik dengan masyarakat sangat penting bagi perusahaan agar dapat tetap ada dalam dunia bisnis. Dengan melakukan kegiatan humas yang berhasil, perusahaan bisa memberi tahu masyarakat tentang berbagai aktivitas positif yang dilakukan. Selain itu, humas juga penting untuk mengatasi dan menjawab pandangan negatif yang mungkin muncul di luar perusahaan dengan cara yang tepat. Oleh sebab itu, mengetahui berbagai jenis media sebagai alat yang membantu sangatlah dibutuhkan supaya tujuan humas bisa tercapai dengan baik. Pemanfaatan media sosial memungkinkan perusahaan untuk mengirimkan informasi secara langsung kepada orang-orang yang dituju. Melalui platform seperti Facebook dan Twitter, organisasi bisa berinteraksi dengan jurnalis, meningkatkan pengunjung ke situs web, cepat menangani isu atau kritik, serta memperluas penyebaran dan tampilan informasi.(Asni Djamereng 2020)

Perkembangan teknologi informasi saat ini terus berjalan dengan cepat. Salah satu tanda kemajuan ini adalah semakin banyak orang yang menggunakan internet. Internet jadi salah satu alat teknologi yang membuat orang bisa berhubungan satu sama lain secara online. Siapa saja bisa menggunakan internet, tidak hanya untuk kelompok tertentu, tapi semua orang bisa mengaksesnya. Dalam penggunaan sehari-hari, internet banyak dipakai lewat berbagai jenis media sosial. Media sosial berfungsi sebagai tempat bagi penggunaannya untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Beberapa contoh platform yang sering digunakan untuk berbagi informasi adalah Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan lain-lain. Media sosial ini sudah sangat populer karena memiliki banyak pengguna.(Agustini 2022)

Teknologi digital dalam hubungan masyarakat bukan hanya alat, tetapi juga bagian penting dari rencana utama untuk membentuk pandangan masyarakat dan meningkatkan citra organisasi. Dengan menggunakan berbagai media sosial dan platform digital, humas Kemenag Lamongan bisa menyebarkan informasi dengan cepat dan mencapai lebih banyak orang. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memberikan kesempatan bagi lembaga untuk terlihat lebih cepat tanggap dan lebih dekat dengan Masyarakat.(Nugraha and Irwansyah 2022)

Menurut *Nasution*, media humas di lingkungan sekolah terbagi menjadi dua kategori, yaitu media internal dan media eksternal, Sebagai berikut:(Wakhidah and Nina 2024)

1. Alat komunikasi dalam humas internal meliputi berita atau buletin, papan pengumuman, foto-foto, spanduk, papan iklan besar, kotak saran, presentasi menggunakan video dan slide, radio di dalam perusahaan, kaset video dan LCD, komunikasi langsung bertatap muka, acara bersama, klub sosial, informasi pengantar, dan jaringan telepon serta internet.
2. Alat komunikasi dalam humas eksternal termasuk jurnal yang diterbitkan di luar, media audio-visual, materi pembelajaran, komunikasi secara lisan, pameran, seminar, konferensi, acara yang disponsori, media cetak dan digital, pertemuan langsung, media cetak seperti spanduk dan umbul-umbul, profil perusahaan, acara khusus yang berhubungan dengan humas, dan pemanfaatan internet.

Dalam praktiknya, humas melibatkan sejumlah aktivitas strategis, di antaranya:(Wakhidah and Nina 2024)

1. Perencanaan komunikasi adalah membuat rencana yang baik untuk menyampaikan pesan agar orang bisa mengerti dengan jelas.
2. Pengelolaan acara adalah proses mengatur dan memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan, baik di internet maupun secara langsung, berjalan dengan sukses dan melibatkan masyarakat.
3. Pengembangan informasi adalah langkah-langkah untuk membuat dan menyebarkan informasi yang penting supaya masyarakat lebih memahami lembaga atau organisasi.

Dari implementasinya, di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan kerentanan terhadap serangan digital seperti peretasan menjadi hambatan serius yang mengganggu kontinuitas informasi. Hal ini diperparah dengan kesenjangan digital antara

masyarakat kota dan daerah terpencil. Masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memiliki akses atau keterampilan dalam menggunakan teknologi digital untuk mendapatkan informasi dari lembaga. Sebagai solusi, humas Kemenag Lamongan tidak hanya memulihkan fungsi website resmi, tetapi juga memperkuat komunikasi dua arah melalui WhatsApp, chatbot, dan layanan konsultasi online. Selain itu, pengembangan media komunikasi offline, seperti buletin berkala dan brosur, menjadi instrumen penting untuk menjangkau masyarakat yang tidak tersentuh oleh platform digital. Langkah ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan teknologi digital harus dibarengi dengan pendekatan inklusif dan adaptif agar fungsi kehumasan tetap berjalan optimal di tengah keterbatasan.

STRATEGI HUMAS DALAM KOMUNIKASI

Humas merupakan bagian dari disiplin ilmu komunikasi yang memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Pada dasarnya, setiap individu menjalankan fungsi kehumasan, baik untuk kepentingan pribadi, orang lain, keluarga, kelompok, organisasi, maupun masyarakat luas. Dalam praktiknya, humas sangat bergantung pada teori-teori komunikasi sebagai landasan utama. Bahkan, hampir semua konsep dalam ilmu komunikasi dibutuhkan dalam kegiatan humas. Oleh sebab itu, seorang praktisi humas perlu menguasai berbagai teori komunikasi agar mampu berinteraksi secara efektif di berbagai tingkat, mulai dari komunikasi antarindividu, tatap muka, hingga komunikasi massa dengan memanfaatkan beragam media. (Shintia Ira Claudia and Sa'diyah El Adawiyah 2024)

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication*, yang secara etimologis berasal dari kata Latin *communicatus*. Kata tersebut berakar dari *communis* yang berarti “berbagi” atau “dimiliki bersama,” menggambarkan suatu usaha yang bertujuan menciptakan kebersamaan atau kesamaan makna. Secara terminologis, komunikasi merujuk pada proses penyampaian pesan dari satu individu kepada individu lain. Dengan demikian, komunikasi pada dasarnya melibatkan interaksi antar manusia. (Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksan 2015)

Deddy Mulyana membagi definisi komunikasi ke dalam tiga konsep utama, yaitu:

1. Komunikasi sebagai Proses Satu Arah: Dalam ide ini, komunikasi dilihat sebagai cara mengirimkan pesan dari seseorang atau organisasi ke orang lain atau kelompok lain, baik secara langsung atau lewat media seperti surat, brosur, koran, majalah, radio, atau TV. Model ini lebih cocok untuk komunikasi umum seperti pidato yang tidak mengandung sesi tanya jawab.
2. Komunikasi sebagai Pertukaran: Konsep ini melihat komunikasi sebagai proses di mana orang saling memberikan respon, baik dengan kata-kata maupun dengan bahasa tubuh. Pesan yang disampaikan akan dijawab oleh penerima, lalu pengirim akan memberikan respon kembali, menciptakan pertukaran pesan yang berlangsung terus menerus.
3. Komunikasi sebagai Proses Interaktif: Dalam pandangan ini, komunikasi dianggap sebagai proses yang selalu bergerak dan tidak pernah berhenti, yang bisa mengubah kedua orang yang terlibat dalam komunikasi sekaligus.

Di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan Komunikasi satu arah diterapkan melalui penyampaian informasi di media sosial, sementara komunikasi dua arah dijalankan lewat interaksi masyarakat melalui WhatsApp dan layanan pengaduan. Bentuk komunikasi transaksional tampak dalam penggunaan chatbot dan forum konsultasi daring, di mana interaksi bersifat simultan dan dinamis. Namun demikian, strategi ini belum sepenuhnya menjangkau semua lapisan masyarakat karena keterbatasan infrastruktur komunikasi di daerah tertentu. Beberapa wilayah yang jauh dari pusat pelayanan Kemenag masih kesulitan dalam mengakses informasi secara langsung, sehingga membutuhkan pendekatan yang lebih kontekstual dan beragam.

Oleh karena itu, humas mengembangkan strategi komunikasi, yakni perpaduan antara media digital dan media tradisional. Buletin, brosur, dan pertemuan langsung menjadi pelengkap dari strategi digital yang sudah berjalan. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi yang efektif dalam kehumasan tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kemampuan humas dalam memahami kondisi sosial dan geografis masyarakat yang menjadi target komunikasi.

IV. SIMPULAN

Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan telah menunjukkan komitmen dalam meningkatkan peran humas sebagai penghubung strategis antara lembaga dan masyarakat. Melalui pemanfaatan platform digital seperti media digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan website resmi humas berupaya menyampaikan informasi secara cepat dan merespons kebutuhan publik secara aktif. Namun, kondisi saat ini menunjukkan tantangan baru, yaitu terjadinya serangan peretasan terhadap website resmi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan, dan kesenjangan digital di wilayah terpencil menjadi tantangan signifikan. Insiden tersebut berdampak pada terganggunya penyampaian informasi kepada masyarakat. Hal ini menegaskan pentingnya penguatan strategi keamanan digital sebagai bagian dari manajemen humas agar mampu menghadapi ancaman siber di era teknologi, dan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi yang inklusif serta kombinasi antara media digital dan tradisional guna menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Dengan strategi yang terencana dan adaptif, humas dapat mengoptimalkan teknologi digital sebagai sarana komunikasi sekaligus menjaga integritas informasi.

V. REFERENSI

Agustini, Dian. 2022. Pemanfaatan Media Sosial dalam Manajemen Hubungan Masyarakat sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Era Pandemi. no. 1.

- Asni Djamereng. 2020. *Kehumasan Di Era Digital 4.0*. UPT Perpustakaan UIN Alauddin. <http://ebooks.uin-alauddin.ac.id/>.
- Hasan, Mohammad. 2017. "Manajemen Public Relations Dalam Membangun Citra Dan Kontestasi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (Studi Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan)." *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam* 14 (1): 27. <https://doi.org/10.19105/nuansa.v14i1.1312>.
- Ichromsyah Arrochman, dkk. 2021. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan Islam*. Cetak 1. CV. Literasi Nusantara Abadi. penerbitlitnus@gmail.com, redaksiliterasinusantara@gmail.com. <http://www.penerbitlitnus.co.id>.
- Lieyani, Yanezra, Liza Natalia, and Bradley Setiyadi. 2025. "Pemanfaatan Media Sosial Humas pada Lembaga Pendidikan serta Peningkatan Citra Lembaga." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 25 (1): 695. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5191>.
- Magdalena. 2021. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Laporan Penelitian Dalam Ilmu Pendidikan Agama Islam*. Buku Literasiologi. info@literasikitaindonesia.com. <http://literasikitaindonesia.com>.
- Masrifah Cahyani, Adelia. 2020. "Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (1): 1–16. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>.
- Muh. Anwar. 2024. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*. 1st ed. Kencana. pmg@prenadamedia.com. www.prenadamedia.com.
- Nugraha, Punjul Setya, and Irwansyah Irwansyah. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kehumasan Digital Kementerian Luar Negeri." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11 (1): 35–48. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.35-48>.
- Praceka, Puspita Asri, and Uliviana Restu Handaningtias. n.d. *Persepsi Wartawan Dan Humas Pemerintah Provinsi Banten Terhadap Hubungan Keduanya*.
- Shintia Ira Claudia and Sa'diyah El Adawiyah. 2024. "Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial: (Studi Kasus Direktorat Pendidikan Profesi Guru)." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3 (1): 69–78. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2437>.
- Wakhidah, Umi Sarifatul, and Oktarina Nina. 2024. "Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah." *Business and Accounting Education Journal* 5 (2): 325–40. <https://doi.org/10.15294/baej.v5i2.12967>.
- Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksan. 2015. *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. CV PUSTAKA SETIA. Pustaka_seti@yahoo.com.
- Zulkifli Musthan. 2025. *Manajemen Humas Dan Layanan Publik Di Lembaga Pendidikan*. Penerbit Tahta Media Group (Grup Penerbitan Cv Tahta Media Group).