

Pemanfaatan Akun TikTok @pembantul Dalam Penyebaran Informasi Publik Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul

Humam Nurrochman^{1,*}, Noveri Faikar Urfan²

Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Teknologi Yogyakarta, Indonesia

*Correspondence Author: humamnur232@gmail.com

ABSTRACT

TikTok has developed into a social media platform that is not only used for entertainment, but can also be used to disseminate information to the public. One of the government agencies, namely the Bantul Regency Diskominfo, uses TikTok social media as a platform for disseminating public information. This research aims to determine the use of TikTok social media used by the Bantul Regency Diskominfo in disseminating public information through the TikTok account @pembantul. This research is a qualitative descriptive research using approach theory (uses and gratifications), data collection techniques using interviews and observation. This data analysis technique uses Miles and Huberman's theory including data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research are divided into two, namely entertainment motives and information motives. The research results show that TikTok social media can be an effective tool in meeting people's information needs in a more modern and interesting way. This means that users can get all the information they need via the TikTok account @pembantul, including local news from the Bantul Regency government. Utilization is carried out by optimizing the use of TikTok social media as a form of communication strategy, including following trends on TikTok and ensuring that the content does not contain elements of SARA. Use interesting content. Utilizing TikTok advertising or TikTok Ads, this makes it possible to reach a wide reach, including in Bantul district and other areas.

Keywords: *Utilization, TikTok Account, Diskominfo Bantul Regency*

ABSTRAK

TikTok telah berkembang menjadi platform media sosial yang tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga dapat digunakan untuk menyebarkan informasi kepada publik. Salah satu instansi pemerintah yaitu Diskominfo Kabupaten Bantul memanfaatkan media sosial TikTok sebagai platform untuk menyebarkan informasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial TikTok yang digunakan Diskominfo kabupaten Bantul dalam menyebarkan informasi publik melalui akun TikTok @pembantul. Penelitian ini merupakan penelitian *Deskriptif Kualitatif* dengan menggunakan teori pendekatan (*uses and gratifications*), teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Teknik analisis data ini menggunakan teori Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian tersebut terbagi menjadi dua diantaranya, motif hiburan dan motif informasi. Hasil penelitian menunjukkan media sosial TikTok dapat menjadi alat yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dengan cara yang lebih modern dan menarik. Hal ini pengguna sudah mendapatkan semua informasi yang mereka butuhkan melalui akun TikTok @pembantul, meliputi berita lokal dari pemerintah Kabupaten Bantul. Pemanfaatan dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial TikTok sebagai bentuk strategi komunikasi diantaranya dengan mengikuti tren yang ada di TikTok dan memastikan konten tidak mengandung unsur SARA. Menggunakan konten yang menarik. Memanfaatkan iklan TikTok atau *TikTok Ads*, Hal tersebut memungkinkan dapat mencapai jangkauan luas termasuk di kabupaten Bantul dan wilayah lainnya.

kata kunci: Pemanfaatan, Akun TikTok, Diskominfo Kabupaten Bantul

Pendahuluan

Kemajuan teknologi telah memfasilitasi dan mengharuskan perubahan disegala bidang. Dalam hal ini, perbaikan dilakukan diberbagai aspek, termasuk di sektor pemerintahan. Saat ini, globalisasi memiliki dampak besar bagi perkembangan media publik untuk memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi. Dengan penyebaran informasi yang semakin mudah pemerintah daerah ingin menunjukkan citra diri yang baik kepada masyarakat setempat agar program kebijakan yang telah disusun selama masa kerja dapat berjalan dengan baik. Sebaliknya, proses penyebaran informasi yang semakin mudah berbanding terbalik dengan pengetahuan masyarakat tentang kebijakan pemerintah daerah (Kusumaningrum & Widiarti, 2022).

Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki peran yang sangat penting dalam menyediakan informasi yang akurat dan relevan kepada publik mengenai program-program pemerintah serta solusi pengolahan data pemerintah (Yanti, 2022). Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul merupakan dinas dari Kabupaten Bantul yang mempunyai misi membantu penyebaran informasi kepada masyarakat mengenai pelayanan yang diberikan oleh Pemkab Bantul. Diskominfo Kabupaten Bantul dalam kegiatannya melakukan distribusi informasi melalui

beberapa kanal diantaranya media sosial instagram, tiktok, youtube serta program televisi. Dalam melakukan distribusi informasi, Diskominfo Kabupaten Bantul dibantu oleh praktisi humas, praktisi humas merupakan wajah dari sebuah instansi karena memiliki tanggung jawab dalam membangun dan memelihara hubungan baik antara instansi dengan masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya. Dalam era digital seperti sekarang, penggunaan media humas digital sangat membantu dalam mengoptimalkan kinerja dan fungsi humas sebuah instansi (Rania & Diniati, 2023).

Dalam penyebaran informasi publik pemerintah Kabupaten Bantul. Dalam Instruksi Presiden (Inpres) No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, pemerintah menetapkan lima fungsi utama yang harus dilaksanakan oleh humas pemerintah (Iriantara, 2019). yaitu: *Nation-branding*, Membangun dan memperkuat citra positif negara (branding) dimata publik nasional maupun internasional. Sosialisasi, Menjelaskan kebijakan-kebijakan pemerintah kepada masyarakat agar dapat dipahami dan diterima dengan baik. Edukasi, memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang berbagai isu penting. Kontranarasi, mengatasi narasi atau informasi yang salah atau merugikan yang dapat merusak

kepentingan negara atau masyarakat. Kampanye Program, mengkomunikasikan program-program pemerintah secara efektif kepada masyarakat agar dapat mendapatkan dukungan dan partisipasi dari mereka.

Dengan menjalankan fungsi-fungsi tersebut, humas Pemerintah Kabupaten Bantul bertanggung jawab untuk memastikan bahwa komunikasi antara pemerintah dan masyarakat berjalan dengan baik, transparan, dan efektif. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memilih media komunikasi yang tepat untuk menyampaikan informasi kepada publik, baik itu publik internal maupun eksternal. Dalam konteks ini, fungsi humas sangat penting karena mereka bertanggung jawab untuk memilih media komunikasi yang efektif dan relevan (Dewi & Delliana, 2020). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan dan strategi penggunaan media sosial TikTok sebagai media penyebaran informasi publik Pemerintah Kabupaten Bantul.

TikTok adalah sebuah media sosial yang berasal dari Tiongkok, awalnya digunakan sebagai hiburan dengan penggunaannya melakukan lipsync lagu (Sipa'atul Puazah & Putra, 2022). Seiring berkembang teknologi media sosial TikTok tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, namun media sosial TikTok dapat digunakan sebagai media penyebaran informasi publik. Media berperan penting

dalam penyebaran informasi publik karena mereka bukan hanya sebagai wadah informasi, tetapi juga sebagai saluran utama melalui masyarakat luas yang dapat memperoleh informasi. Oleh karena itu, integritas dan kualitas media sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat, seimbang, dan bermanfaat bagi masyarakat (Kamaruddin, 2021). Terdapat beragam strategi komunikasi yang digunakan dalam penyebaran informasi.

Strategi komunikasi sangat penting untuk meningkatkan program kehumasan lembaga pemerintahan hal ini karena strategi ini dapat membantu membangun hubungan, meningkatkan reputasi, dan mendorong orang untuk bertindak. Tugas humas menjadi lebih penting karena pemerintah bertanggung jawab untuk memberikan layanan kepada masyarakat. Oleh karena itu, humas harus memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan tidak hanya memberikan informasi tentang layanan yang tersedia, tetapi juga tentang cara mengaksesnya, hak-hak masyarakat, dan pentingnya partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan (Puspa Ayudia & Sri Wulandari, 2021). Strategi humas lembaga pemerintah mulai bergeser dari tradisional ke diseminasi informasi dan komunikasi publik dengan menggunakan platform online dan media sosial untuk menjangkau berbagai macam publik yang

interaktif. Hal ini ditandai dengan munculnya akun resmi media sosial dan website resmi lembaga pemerintah (seperti kementerian, lembaga, dan daerah) sebagai sarana komunikasi digital kontemporer. Media memiliki peran penting dalam menarik perhatian pengguna dan memastikan bahwa mereka menggunakan media tersebut sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan mereka (Ruchiat Nugraha et al., 2022). Pengguna media juga harus aktif dalam memilih informasi yang mereka terima dari media, dan tidak serta-merta menerima informasi tanpa pertimbangan. Pengguna media memiliki kebebasan untuk memilih media mana yang akan digunakan (Rusdi, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan teori uses and gratification dimana pengguna media berupaya mencari media yang paling dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhan mereka, terutama dalam hal memperoleh informasi.

Teori (*Uses and Gratifications*) merupakan kerangka kerja dalam studi komunikasi, teori ini diusulkan pertama kali oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz, teori ini menekankan peran aktif pengguna media dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Teori ini mengasumsikan bahwa pengguna atau khalayak memiliki kebebasan untuk memenuhi kebutuhan mereka melalui

konsumsi media (Hanif, 2018). Ketika diterapkan pada penggunaan media sosial, teori ini menyarankan bahwa orang menggunakan platform tersebut untuk berbagai tujuan, termasuk hiburan, mendapatkan informasi, membangun dan mengekspresikan identitas pribadi, serta untuk integrasi sosial dengan orang lain. Kepuasan dari memenuhi kebutuhan tersebut menjadi dorongan utama di balik pilihan konsumsi media individu (Ginting et al., 2024). Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman mendalam tentang pemanfaatan akun TikTok @pembantul dalam penyebaran informasi publik.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wulan yang membahas tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Humas Digital Di Kabupaten Bantul. Penelitian tersebut menggunakan metode Kualitatif dengan menggunakan Teori *Four Steps Of PR*, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pihak pemerintah Kabupaten Bantul memanfaatkan media sosial untuk menghubungkan masyarakat dan dapat memberikan umpan balik atas laporan dari masyarakat (Wulan, 2023). Pada penelitian ini membahas tentang pemanfaatan akun TikTok @pembantul dalam penyebaran informasi publik pemerintah kabupaten Bantul dengan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif

dan teori (*uses and gratification*) atau teori kepuasan dan kebutuhan.

Metode Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan, jenis penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian *Deskriptif Kualitatif*. Bogdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang perilaku dan kata-kata tertulis atau lisan individu. Penelitian kualitatif sering kali digunakan untuk memahami fenomena sosial dengan mendalam, melalui pengamatan langsung, wawancara, atau analisis teks, dengan fokus pada konteks dan interpretasi (Prihatiningsih, 2017). Studi kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan dan strategi penggunaan media sosial TikTok sebagai media penyebaran informasi publik Pemerintah Kabupaten Bantul. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori kepuasan dan kebutuhan (*uses and gratifications*).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman, yaitu analisis dilakukan secara interaktif. Tahapan penelitian ini terdiri dari tiga tahap, yaitu: Reduksi Data, pada tahap ini data yang relevan bermakna dan penting dipilih berdasarkan penelitian yang dilakukan. Tujuan dari tahap ini adalah

untuk menyaring data yang diperlukan oleh peneliti. Penyajian Data, data yang diperoleh dalam penelitian disajikan dalam bentuk uraian singkat yang bersifat naratif. Penyajian ini menggunakan teks untuk menggambarkan hasil penelitian secara jelas dan terstruktur. Penarikan Kesimpulan, peneliti menarik atau membuat kesimpulan dengan memberikan penjelasan dari kegiatan pengambilan data melalui observasi dan wawancara. Tahap ini melibatkan verifikasi untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil akurat dan dapat dipertanggungjawabkan (Latifah & Supena, 2021).

Penelitian dilakukan di lingkungan kantor pemerintahan Kabupaten Bantul, dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi, dimana wawancara dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan secara langsung dengan narasumber, peneliti dapat mengajukan pertanyaan langsung dan mendapatkan respon secara verbal. Observasi dilakukan dengan peneliti mengamati dan mencatat tingkah laku individu atau kelompok secara langsung (Sari, 2017).

Wawancara dilakukan dengan staf humas dari dinas komunikasi dan informatika kabupaten Bantul, serta pengguna atau masyarakat yang mengakses atau mengikuti akun media TikTok @pemkabantul. Selain itu, data tambahan

yang relevan juga dikumpulkan melalui observasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pemanfaatan media sosial seperti TikTok untuk menyampaikan informasi publik memang menjadi tren yang semakin populer, dibandingkan dengan platform media konvensional. TikTok memiliki keunggulan dalam menyajikan informasi secara singkat, kreatif, dan menarik bagi khalayak. Pendekatan yang lebih visual dan interaktif dapat membuat informasi lebih mudah dicerna dan diingat oleh pengguna. Dengan memanfaatkan teknologi dengan bijak, TikTok dapat menjadi alat yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dengan cara yang lebih modern dan menarik. Hal ini pengguna sudah mendapatkan semua informasi yang mereka butuhkan melalui akun tiktok Pemkab Bantul. Informasi tersebut meliputi berita lokal dari pemerintah Kabupaten Bantul.

Penggunaan media sosial TikTok oleh Pemerintah Kabupaten Bantul juga menunjukkan keterbukaan dan keterlibatan pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara transparan. Hal ini dapat membangun kepercayaan dan koneksi yang lebih baik antara pemerintah dengan masyarakat, serta membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai program dan

kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

Berdasarkan Teori *Uses and Gratifications* dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Motif Hiburan.

Gambar 1. Konten edukasi knalpot brong



Sumber : Akun TikTok @pemkabantul

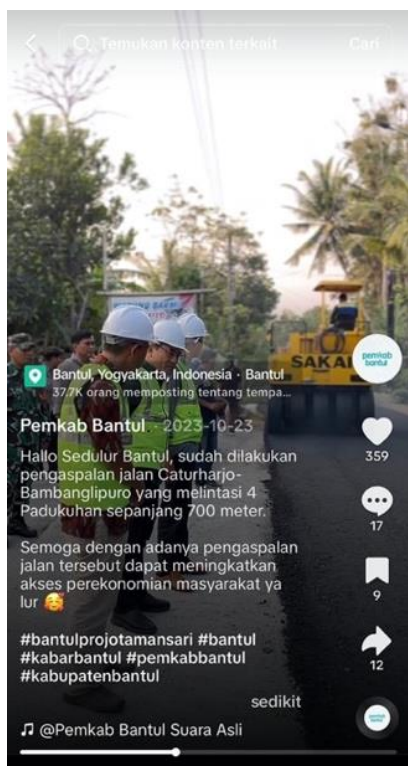
Pada konten tersebut hasil penelitian menunjukkan bawasanya menggambarkan bagaimana anak muda ingin memasang knalpot brong untuk mengekspresikan identitas atau eksistensinya, tetapi pemuda tersebut ditolak oleh bengkel dikarenakan tindakan tersebut melanggar aturan. Pesan yang disampaikan oleh media tersebut berhasil diterima dengan baik oleh penonton karena dikemas secara menarik. Hal ini menciptakan narasi yang mungkin mengundang empati dari penonton yang sering mengalami tantangan atau penolakan

dalam mengekspresikan diri atau minat mereka.

Akun TikTok Pemkab Bantul lebih berfokus pada informasi daripada hiburan. Konten hiburan di akun @pemkabbantul lebih sedikit. Konten tersebut diantaranya konten edukasi yang dikemas secara menarik dengan menggunakan *storytelling*.

2. Motif Informasi.

Gambar 2. Konten pembangunan infrastruktur



Sumber : Akun TikTok @pemkabbantul

Konten tersebut adalah konten yang bermuat informasi yang menyorot tentang pembangunan infrastruktur jalan yang dihadiri oleh Bupati Bantul. Dalam program ini pemerintah berupaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Dengan memuat konten yang lebih banyak berisi informasi merupakan strategi yang

tepat untuk memastikan bahwa platform tersebut digunakan secara efektif untuk menyampaikan pesan-pesan yang penting kepada masyarakat.

Fokus utama dari akun TikTok @pemkabbantul adalah informasi, hal ini tidak ada salahnya untuk menambahkan konten hiburan sebagai variasi. Konten yang menghibur dapat menarik perhatian lebih banyak pengguna atau masyarakat dan membuat informasi lebih mudah diterima. Informasi yang ada di konten TikTok @pemkabbantul diantaranya kegiatan yang menyorot kepada acara bupati dan wakil bupati, edukasi, pariwisata, *event*, infrastruktur serta tradisi.

Berdasarkan hasil penelitian, menyimpulkan bahwa Diskominfo Kabupaten Bantul memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menyampaikan informasi publik tentang pemerintah Kabupaten Bantul. Pemanfaatan ini dilakukan dengan mengotimalkan penggunaan media sosial TikTok sebagai bentuk strategi komunikasi.

Strategi komunikasi yang digunakan oleh Diskominfo Kabupaten Bantul terkait penyebaran informasi publik melalui akun TikTok @pemkabbantul diantaranya: Pertama, dengan mengikuti tren yang ada di media sosial TikTok dan memastikan konten tidak mengandung unsur SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan) serta rasis, Diskominfo Kabupaten Bantul harus memastikan bahwa

pesan yang disampaikan tetap relevan dan positif bagi masyarakat. Selain itu, memperhatikan aspek etika dan keberagaman dalam konten sangat penting untuk menjaga reputasi dan integritas lembaga pemerintah. Kedua, menggunakan konten yang menarik, dimana hal ini membuat konten yang menarik dan kreatif agar audien atau masyarakat bisa tertarik dalam menontonnya, seperti menggunakan *storytelling* atau narasi yang menarik untuk menyampaikan informasi publik. Terakhir, memanfaatkan iklan TikTok atau *TikTok Ads*, bisa menjadi strategi yang efektif untuk menyebarkan informasi publik, terutama dalam hal tujuan Kabupaten Bantul untuk memperluas audiens dan meningkatkan kesadaran tentang program, layanan, atau kebijakan yang relevan. Hal ini akan memungkinkan Kabupaten Bantul untuk mencapai audiens yang lebih luas, termasuk di luar wilayah Kabupaten Bantul dan sekitarnya.

Hasil penelitian penulis berbanding beda dengan penelitian terdahulu yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Kehumasan Digital di Pemerintah Kabupaten Bantul yang dilakukan oleh wulan (Wulan, 2023). Strategi kehumasan yang digunakan berlandaskan pada teori *four Steps of PR* yaitu Tahap *fact finding* dilakukan untuk mengumpulkan informasi berdasarkan isu tertentu sehingga tahap *planning* dapat

dilakukan berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan. Tahap *communicating* dilakukan melalui pengunggahan konten visual. Tahap akhir yaitu evaluasi, mencakup peninjauan dan penilaian atas kegiatan rutin humas yang telah dilaksanakan.

Alasan utama Diskominfo Kabupaten Bantul menggunakan media tiktok sebagai media penyebaran informasi publik karena mengikuti perkembangan zaman dan teknologi, dengan menggunakan media sosial TikTok Diskominfo Kabupaten Bantul dapat mengikuti tren teknologi terkini dan mencapai audiensi yang lebih luas. Hal ini dapat membantu masyarakat mencari informasi dalam waktu yang lebih singkat, karena video dikemas dengan durasi yang pendek namun menarik dengan tambahan instrumen musik yang sedang trending, sehingga pesan atau informasi publik yang akan disampaikan melalui video dapat dipahami masyarakat.

Berdasarkan dari data insight konten yang ada di akun TikTok @pemkabbantul, hal ini sangat efektif dalam penyebaran informasi publik karena media TikTok adalah media yang dapat mudah di akses kepada masyarakat. Dengan strategi yang digunakan seperti menggunakan konten yang menarik dapat membuat pesan atau informasi publik dapat tersampaikan oleh audiens atau masyarakat. Demikian menggunakan media TikTok

memungkinkan Diskominfo Kabupaten Bantul untuk mencapai audiens atau masyarakat yang lebih luas, tidak hanya masyarakat lokal tetapi wilayah disekitarnya, hal ini dikarenakan algoritma Tiktok yang berbeda dengan media sosial lainnya. Hasil penelitian penulis sejalan dengan yang dikemukakan oleh Widyanto (Widyanto et al., 2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial TikTok merupakan sebuah peluang agar setiap informasi yang disampaikan dapat menjangkau masyarakat lebih luas. Hal unik yang dimiliki oleh TikTok, namun tidak dimiliki oleh media sosial lainnya. Salah satunya, kecenderungan penggunaan

Penutup

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa akun TikTok @pemkabbantul sangat bermanfaat dalam penyebaran informasi publik pemerintah Kabupaten Bantul. Hasil penelitian menunjukkan media sosial TikTok dapat menjadi alat yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dengan cara yang lebih modern dan menarik. Informasi tersebut meliputi berita lokal dari pemerintah kabupaten Bantul seperti kegiatan yang menyorot kepada acara-acara yang dilakukan oleh Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Bantul, edukasi, pariwisata, *event*, infrastruktur serta tradisi.

instrumen musik yang sedang trending di masyarakat sebagai latar belakang suara. Selain itu, algoritma yang dimiliki oleh TikTok juga menarik dan sangat berbeda dengan media sosial lainnya. Konten yang dikembangkan pada akun TikTok @pemkabbantul sebagai penyebaran informasi publik Kabupaten Bantul meliputi kegiatan yang menyorot kepada acara-acara yang dilakukan oleh Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Bantul, edukasi, pariwisata, *event*, infrastruktur serta tradisi. Hal ini akan terus dikembangkan dan menjaga konsistensinya untuk membuat lebih banyak konten yang bersifat edukatif dan informatif lagi.

Strategi komunikasi yang digunakan oleh Diskominfo Kabupaten Bantul diantaranya dengan mengikuti tren yang ada di media sosial TikTok dan memastikan konten tidak mengandung unsur SARA, menggunakan konten yang menarik, seperti penggunaan *storytelling* atau narasi yang menarik untuk menyampaikan informasi publik, dan memanfaatkan iklan TikTok atau *TikTok Ads*, bisa menjadi strategi yang efektif untuk menyebarkan informasi publik. Hal tersebut memungkinkan dapat mencapai jangkauan luas termasuk di Kabupaten Bantul dan Wilayah sekitar lainnya.

Adapun saran masukan dan harapan kepada dinas Kominfo Kabupaten Bantul yakni diharapkan kepada pihak humas

Diskominfo Kabupaten Bantul agar tetap konsisten dalam hal menayangkan informasi publik melalui akun TikTok @pemkabbantul dikarenakan media sosial TikTok adalah media yang berpotensi perihal kegunaan dan kelebihannya dalam penyebaran informasi publik. Serta lebih sering memberikan tanggapan dari masyarakat di komentar. Hal ini merupakan langkah yang sangat penting untuk membangun hubungan antara masyarakat dan pemerintah.

Daftar Pustaka

- Dewi, A. P., & Delliana, S. (2020). SelfDisclosure Generasi Z Di Twitter. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 62–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.33822/jep.v3i1.1526>
- Dwi Novianti, L., & Ali Wafa, M. (2021). *Peran Media Youtube Dalam Penyebaran Informasi Publik Pada Diskominfo Kabupaten Kapuas* Disertasi Doctoral, Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Ginting, D. C. A., Rezeki Sri Gusti, Siregar Aldo Azani, & Nurbaiti. (2024). Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial di Era Digital. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(1), 22–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i1.280>
- Hanif Mohamad Abdul. (2018). Mengkombinasikan Dakwah Dengan Budaya Sebagai Langkah Meningkatkan Antusiasme Masyarakat(Analisis Uses and Gratifications Theory). *Al Iman: Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan* |, 2(1), 19–37.
- Iriantara, Y. (2019). Humas Pemerintah 4.0. *Media Nusantara*, 16(1), 13-26. <https://doi.org/https://doi.org/10.30999/medinus.v16i1.630>
- Kusumaningrum, N. A., & Widiarti, P. W. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul Dalam Pengelolaan Informasi Bagi Publik Melalui Program Acara “Taman Paseban.” *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4), 351–362. <https://doi.org/10.21831/lektur.v4i4.18541>
- Latifah, N., & Supena, A. (2021). Analisis Attention Siswa Sekolah Dasar Dalam Pembelajaran Jarak Jauh di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1175–1182. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i3.887>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51–65. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Puspa Ayudia, A., & Sri Wulandari, S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo Abstrak. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 249–268. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/joa>
- Rania, R., & Diniati, A. (2023). Analisis Strategi Humas Diskominfo Kota Bogor Dalam Mengelola Media Sosial Instagram @Kominfobogor. *KAGANGA: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6(1), 291-302.

- <https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i1.4539>
- Ruchiat Nugraha, A., Fatma Sjoraida, D., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PRofesi Humas*, 6(2), 286–310.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2, 355–362.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Sari, E. M. (2017). *Upaya guru pendidikan agama islam dalam meningkatkan selfcontrol remaja: Study kasus di Smp Negeri 5 Bandar Lampung*. Tesis diterbitkan. Lampung: UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Sipa'atul Puazah, S., & Putra, A. (2022). Pemanfaatan Akun Tiktok Oleh Suara.com Sebagai Media Penyebaran Berita Dan Informasi. *E-Proceeding of Management* |, 9(6), 3533–3541.
- Widyanto, G., Afifah Putri, N., & Fijar Sulistiyo, M. (2022). Media Baru Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Di Instansi Pemerintah (Studi Deskriptif Penggunaan Aplikasi TikTok pada Direktorat Jenderal Imigrasi). *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 8(1), 151–169.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52447/promedia.v8i1.5614>
- Wulan, B. D. N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Strategi Kehumasan Digital di Pemerintah Kabupaten Bantul. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 4664-4672.
<https://doi.org/10.24815/jimps.v8i4.26818>
- Yanti, S. (2022). “Strategi Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Kabupaten Madiun.” Tesis diterbitkan. Ponorogo: IAIN PONOGORO.