

---

**IMPLEMENTASI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM PENGELOLAAN WEBSITE  
PEMERINTAH KABUPATEN ACEH JAYA**

Oleh

M. Iskandar<sup>1)</sup>, Asmaul Husna<sup>2)</sup><sup>1,2</sup> Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Teuku Umar,  
Aceh, IndonesiaE-mail: [1Iskandarmbo1010@gmail.com](mailto:1Iskandarmbo1010@gmail.com), [2asmaulhusna@utu.ac.id](mailto:2asmaulhusna@utu.ac.id)**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan *cyber public relations* (PR) dalam pengelolaan *website* pemerintah Kabupaten Aceh Jaya. Melalui penggunaan *website* dan media sosial, Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya menerapkan *e-government* untuk melayani kebutuhan masyarakat umum. Metode penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling* serta studi kasus melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya telah berhasil mencapai tujuan PR yang dilakukan secara *online* melalui penggunaan *website*-nya. Praktik *online public relations*, meliputi komunikasi strategis yang bertujuan untuk mempengaruhi hasil kepada publik. Hal ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan yang serba digital, praktisi PR mempersiapkan komunikasi mereka seefektif mungkin untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan benar-benar mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan demikian pemerintah Kabupaten Aceh Jaya telah berhasil mencapai tujuan PR yang dilakukan secara *online* melalui penggunaan *website*-nya.

**Kata Kunci:** *Cyber Public Relations, Website Pemerintah, Aceh Jaya***PENDAHULUAN**

*Public relations* adalah aktivitas untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan publik. *Public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan menjaga hubungan positif antara perusahaan dan publik yang berdampak pada keberhasilan atau kegagalan bisnis, menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006). Dari uraian ini, jelas betapa pentingnya *public relations* bagi korporasi secara keseluruhan. Sebagai landasan dari profesi, *public relations* diposisikan sebagai fungsi manajemen, mengelola pengembangan dan pemeliharaan hubungan positif antara perusahaan dan publik.

*Public relations* dalam pemerintahan sering dipandang sebagai jembatan penting yang menghubungkan masyarakat dan cabang eksekutif. Karena itu, teknik komunikasi yang efektif harus dikuasai oleh *public relations* pada instansi pemerintah, termasuk pemanfaatan media. Media yang saat ini semakin berkembang pesat dapat membantu pekerjaan *public relations*

menjadi lebih mudah dalam melangsungkan kegiatan komunikasi. Jarak dan waktu kini bukanlah hambatan yang berarti lagi. Melalui media, *public relations* bisa berinteraksi dengan jutaan manusia yang menjadi targetnya secara serentak dan serempak (Rasyid dalam Zuhri & Putra, 2021).

*Public relations* pada instansi pemerintahan memiliki tujuan yang sangat penting, terutama dalam upaya meningkatkan pelayanan publik. *Public relations* bertanggung jawab menyebarkan informasi tentang inisiatif pemerintah atau pekerjaan birokrat dimana pun mereka berada.

Terciptanya sistem komunikasi dan hubungan positif antara pemerintah dan masyarakat merupakan tujuan dari manajemen komunikasi. Untuk mengembangkan dan melestarikan hubungan antara warga negara dan otoritas publik, tata kelola yang baik adalah strategi manajemen publik modern (Naumann, 2007).

Dalam pandangan ini, tata pemerintahan yang baik mengacu pada undang-undang dan struktur yang mempromosikan administrasi publik yang akuntabel, efektif, dan transparan (Leftwich, 1996). Konsep ini menjadi pedoman utama bagi reformasi pemerintahan Indonesia. Grunig (1992) menggunakan model simetris dua arah untuk menekankan pentingnya mengubah perilaku organisasi untuk memenuhi permintaan publik. *Cyber public relations* harus mampu mempengaruhi organisasi selain masyarakat umum.

Keberadaan internet telah mengubah cara *public relations* menginformasikan kepada publik (berkomunikasi). Alih-alih mengandalkan perantara seperti jurnalis dan media cetak, *public relations* di internet memainkan fungsi yang lebih besar dan lebih luas di dunia nyata (Onggo, 2004). *Public relations* dituntut untuk dapat menyampaikan kepada publik tentang inisiatif dan program pemerintah secara tepat waktu dan akurat. *Public relations* (PR) memanfaatkan manfaat internet untuk menyebarkan pesan organisasi kepada masyarakat umum melalui situs internet, salah satunya adalah penggunaan *website*.

Melalui penggunaan *website* dan media sosial, Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya menerapkan *e-government* untuk melayani kebutuhan masyarakat umum. Transparansi informasi publik merupakan komponen penting dari tata pemerintahan yang baik dalam inisiatif pemerintah. *Good governance* sebagai pengelolaan yang efisien dari semua jenis urusan publik melalui penciptaan peraturan perundang-undangan dan/atau kebijakan untuk memajukan nilai-nilai sosial (Santosa, 2008).

*Cyber PR* adalah jenis operasi PR yang menggunakan media online untuk publisitas. Juga dikenal sebagai "e-PR," istilah ini mengacu pada penggunaan media elektronik di internet untuk membangun dan menegakkan merek dan menumbuhkan kepercayaan. Selain itu, "P" menunjukkan publik, yang merupakan lingkungan. Dalam situasi ini, media internet dapat membantu pelaku PR menjangkau lebih

cepat atau sebaliknya. R singkatan dari *relations*. *Relations* adalah hubungan yang perlu dibuat antara bisnis atau organisasi pemerintah dan masyarakat umum (Onggo, 2004).

Fokus *cyber PR* sebagian besar berpusat pada media *online* dan bertujuan untuk membidik pemanfaatan media *online* secara optimal. Dengan fokus ini, praktisi PR dapat sepenuhnya memanfaatkan keuntungan media *online*, termasuk seberapa cepat informasi dapat dibagikan kepada publik, seberapa konsisten dan mantap komunikasi terjadi, dan bagaimana media *online* interaktif memungkinkan pengumpulan umpan balik dari pengunjung *website*.

Pedoman pelaksanaan *cyber PR* pada dasarnya mulai diterapkan di sejumlah pemerintah daerah melalui jajaran instansi yang diasuhnya. Dinas Komunikasi dan Informatika hadir di setiap tingkat pemerintahan daerah, terutama di kota atau kabupaten. Diskominfo menangani *public relations* dan berfungsi sebagai saluran bagi warga untuk mengkomunikasikan tujuan mereka dengan para pengambil keputusan.

Penelitian tentang praktik-praktik *cyber PR* sangat penting untuk diarahkan pada optimalisasi layanan informasi publik, mengingat pentingnya teknik PR yang digunakan di arena *cyber* untuk memenuhi kebutuhan layanan publik yang optimal. Dalam hal ini, investigasi strategi *cyber PR* yang dilakukan di pemerintahan Kabupaten Aceh Jaya akan menjadi penekanan utama. Selain itu, hasil strategi *cyber PR* yang diterapkan oleh *public relations* atau Diskominfo mendukung optimalisasi layanan dalam rangka memenuhi tuntutan masyarakat Kabupaten Aceh Jaya dalam hal informasi publik.

Program pemerintah yang ditujukan kepada masyarakat luas baik dari segi karakter, ekonomi, pendidikan, dan latar belakang merupakan tujuan *public relations* pada *website* Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya agar dapat diapresiasi oleh semua kalangan.

Diskominfo bertugas mengawasi situs resmi Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya. Khusus dalam pemenuhan dan optimalisasi layanan informasi terkait Pemkab Aceh Jaya, dan berita terkini, Diskominfo memiliki izin penuh untuk menangani *website* resmi Pemkab Aceh Jaya sebagai sarana *cyber PR*. Hal ini akan memudahkan masyarakat Aceh Jaya untuk tetap mengetahui tujuan dan kebijakan pemerintah.

Keberadaan *website* pemerintah dapat mempermudah *public relations* untuk berinteraksi dengan masyarakat umum. *Public relations* juga memanfaatkan *website* pemerintah Kabupaten Aceh Jaya untuk mempererat tali silaturahmi dengan masyarakat sekitar. *Website* dapat dimanfaatkan sebagai sarana *kepublic relations* untuk membantu pemerintah Kabupaten Aceh Jaya dalam mewujudkan tata pemerintahan yang baik.

Peneliti menggunakan gagasan *cyber public relations* yang berorientasi pada optimalisasi layanan informasi publik guna mendeskripsikan implementasi *cyber public relations* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya terhadap pengelolaan *website* terkait praktik *cyber PR* yang dilakukan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Bogdan dan Bikien (1982) mendefinisikan studi kasus sebagai analisis komprehensif dari satu lokasi, satu topik, satu tempat penyimpanan dokumen, atau satu peristiwa tertentu. Sedangkan Yin (1989) berfokus pada kualitasnya sambil menawarkan batasan yang lebih teknis. Peneliti harus berusaha untuk menganalisis secara menyeluruh unit atau orang terhadap studi kasus ini.

Studi kasus biasanya mencoba untuk mengilustrasikan pilihan-pilihan yang dibuat mengenai pemilihan, implementasi, dan hasil studi (Yin, 1989). Studi kasus adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji fenomena dalam setting yang sebenarnya. Pendekatan studi kasus dipilih karena dimaksudkan agar dengan demikian penelitian

akan lebih terfokus pada masalah, mampu melangkah lebih jauh ke dalam masalah, dan lebih mampu dievaluasi untuk menarik temuan-temuan yang lebih akurat (Aries, 2008).

Dalam studi ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono dalam (Putra & Zuhri, 2022), pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi ketentuan standar yang ditetapkan. Sementara pemilihan sampel (informan) dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap memiliki hubungan dengan penelitian ini. *Purposive sampling* adalah pemilihan partisipan yang memiliki keahlian atau pengalaman di bidang yang diselidiki.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari: 1) Munadi Yasalem, S.Pd.i sebagai Protocol pimpinan, 2) Irmanita, SE sebagai komunikasi pimpinan, 3) Hery Munazar, S.I.KOM sebagai wakil komunikasi pimpinan, 4) Al Muzzamil sebagai admin 1, dan 5) Arif Hidayat sebagai admin 2. Adapun alasan peneliti memilih informan diatas karena informan tersebut yang dapat memahami dan memberikan penjelasan atas peristiwa atau masalah yang akan diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Public Relations

Untuk menganalisis tren, memandu kepemimpinan organisasi atau institusi, dan mengimplementasikan program terencana yang dapat melayani kepentingan institusi dan komunitas yang bersangkutan dilakukan melalui *public relations* yang merupakan sebuah seni dan ilmu sosial. Tentu saja, sebuah perusahaan membutuhkan *public relations*, tetapi begitu juga semua bisnis dan badan pemerintah lainnya seperti pemerintahan Kabupaten Aceh Jaya.

Menurut Cutlip dkk (2006) menyatakan bahwa dalam organisasi non-profit, *public relations* atau *Public relations* bertujuan untuk:

1) mengembangkan saluran komunikasi dengan pihak-pihak yang dilayani oleh organisasi; 2) menciptakan dan memelihara lingkungan yang kondusif untuk penggalangan dana; 3) mendukung pengembangan dan pemeliharaan kebijakan publik yang sesuai dengan misi organisasi; 4) menginformasikan dan menginspirasi, produktif dalam memajukan misi, tujuan, dan sasaran organisasi.

Adapun tugas *public relations* pemerintah Kabupaten Aceh Jaya, antara lain sebagai berikut:

- a. *Public relations* bertanggung jawab untuk menyebarluaskan pengetahuan tentang hukum dan peraturan yang mengikat masyarakat.
- b. *Public relations* bertugas memberikan pelayanan terbaik dalam pelayanan publik, dengan birokrasi yang sederhana untuk menjamin kepuasan masyarakat.
- c. *Public relations* Kabupaten Aceh Jaya bertanggung jawab untuk menginformasikan masyarakat sesuai dengan tujuan lembaga dan prinsip-prinsip panduan.
- d. Mempertimbangkan tanggapan, ambisi, atau opini publik demi kepentingan semua orang.

## 2. Pengelolaan Website Pemerintahan Aceh Jaya

Ada beberapa tindakan *public relations* yang dapat dilakukan melalui *website* dalam rangka mentransmisikan fungsi komunikasi, antara lain:

- a. *Public relations* Kabupaten Aceh Jaya mengandalkan *website* untuk menyebarluaskan informasi tentang pemerintah melalui *news gathering*, pembuatan artikel, pemantauan artikel, dan kegiatan berbagi informasi.
- b. Melalui *website*, *public relations* dapat meyakinkan khalayak terutama masyarakat muda yang dipandang kompeten secara teknologi. *Public relations* bertanggung jawab atas tugas penerbitan yang dipublikasikan secara

*online*. Materi *public relations* termasuk pengumuman pengadaan lelang elektronik akan tersedia untuk semua pengguna situs web. Selain itu, *website* dapat menumbuhkan kepemimpinan. Hal itu dilakukan *public relations* dengan menampilkan foto Bupati dan Wakil Bupati Aceh Jaya secara bergantian di *website*.

- c. *Public relations* juga dapat mengandalkan internet untuk tujuan hiburan. Misalnya menggunakan teka-teki silang dengan pertanyaan tentang Aceh Jaya. Berdasarkan *website* Kabupaten Aceh Jaya *public relations* belum melakukan kegiatan yang berhubungan dengan hiburan,
- d. *Website* berfungsi sebagai sarana pengajaran bagi pemerintah Aceh Jaya untuk memperoleh kemampuan menulis, khususnya di bidang *public relations*. Mengingat bahwa spesialis *public relations* mungkin diminta untuk menulis. Contohnya seperti artikel, berita, dan siaran pers yang dapat ditemukan melalui *website* pemerintahan.

Dalam rangka memajukan pelayanan informasi yang dibutuhkan masyarakat, khususnya masyarakat Kabupaten Aceh Jaya, Pemkab Aceh Jaya mulai mengikuti perkembangan zaman melalui dunia maya (*online*).

Jika dibandingkan dengan *website* yang sekarang dan sebelumnya, jelas ada perubahan yang signifikan. Diskominfo menggunakan pendekatan cyber PR untuk memaksimalkan keterlibatan pemerintah. Al Muzammil selaku admin *website* Pemkab Aceh Jaya memberikan pernyataan sebagai berikut:

*“Setiap Organisasi Perangkat Daerah akan menggunakan strategi cyber PR. karena internet mengintegrasikan semua layanan. Diskominfo sebenarnya menawarkan lebih dari sekadar layanan informasi dan publikasi berbasis situs web; maka selain itu kami juga memposting konten ke Facebook, Instagram,*

Twitter, dan YouTube”. (Wawancara dengan Al muzzamil penanggung jawab admin I website pemerintah Kabupaten Aceh Jaya)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, keberadaan internet secara signifikan meningkatkan peran *public relations* dalam konteks bisnis, organisasi, dan agensi. Manfaat yang dapat diperoleh adalah spektrum yang luas, yang memungkinkan terjadinya hubungan yang lebih luas, tanpa batasan waktu dan tempat. Selain itu, memiliki akses tak terbatas ke materi yang telah diumumkan oleh pemerintah selama 24 jam sehari sama dengan memiliki penjaga keamanan yang bertugas sepanjang waktu. Internet berfungsi sebagai perpustakaan virtual, memberi kita akses ke semua pengetahuan yang kita butuhkan. Penyebaran informasi di internet akan bermanfaat bagi para praktisi PR.

Istilah "PR" mengacu pada setiap aktivitas *Public relations* yang terjadi secara *online* atau sebaliknya terjadi di dunia maya. Website dan media sosial hanyalah beberapa dari taktik *cyber PR* yang dapat digunakan. Untuk target pengunjung situs web seperti pernyataan dari Irmanita, SE selaku komunikasi pimpinan pemkab Aceh Jaya:

“Masyarakat Aceh Jaya adalah target dari audiens website. Di website [www.acehjayakab.go.id](http://www.acehjayakab.go.id), biasanya ada 800-1500 page view setiap hari. Saat pengumuman kompetisi, informasi baru, dan rangkaian agenda penting lainnya dipublikasikan, maka kunjungan akan lebih meningkat”.(Wawancara dengan Irmanita, SE selaku komunikasi pimpinan pemkab Aceh Jaya)

Berdasarkan wawancara tersebut, terindikasi pengunjung *website* Pemda Aceh Jaya telah mencapai tujuan. Diskominfo bekerja keras untuk memberikan layanan terbaik sambil menjalankan tanggung jawab dan operasi utamanya.

Jika dibandingkan dengan layanan informasi *offline*, keberadaan internet berarti nilai efikasi dalam kaitannya dengan penyebaran informasi akan lebih tinggi. Cara online tentu

lebih efisien dibandingkan cara tradisional, terbukti dari masyarakat tidak perlu lagi repot mendatangi kantor pemerintah kabupaten untuk mendapatkan dokumentasi penting. Akan tetapi, dokumen yang diperlukan dapat diunduh secara gratis hanya dengan membuka *website*.



Gambar 1. Struktur Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Aceh Jaya



Gambar 2. Public relation pada website Pemkab Aceh Jaya



Gambar 3. Government public relations Aceh



Gambar4. Cyber PR pada situs web Pemkab Aceh Jaya



Gambar 5. Layanan elektronik dalam Website Kabupaten Aceh Jaya

Sumber: <http://www.acehjaya.kab.go.id>.

Berdasarkan gambar diatas menjelaskan bahwa tahap *website* pemerintah Kabupaten Aceh Jaya telah terjadi interaksi antara pemerintah dengan masyarakat, dimana pemerintah mendominasi komunikasi dan berusaha mempengaruhi opini publik.

Internet harus dilibatkan dalam pendekatan *cyber PR* ini. Terutama halnya terkait keterbukaan informasi pemerintah yang dibutuhkan masyarakat. Mengingat tidak semua pelayanan informasi publik dilakukan secara manual. Selain itu, batas-batas perjalanan dan waktu berkurang melalui internet.

*“Keberadaan internet sangat menguntungkan bagi kami. Internet juga menjadi alasan lain mengapa strategi cyber PR ini lebih efektif. Nah, karena ada koneksi internet, maka akan lebih mudah mengunjungi situs web pemerintah kabupaten Aceh Jaya. Diskominfo dapat menggabungkan semua informasi di bawah domain www.acehjaya.kab.go.id*

*berkat internet.*(Wawancara dengan Arif Hidayat selaku admin 2 website pemerintah Kabupaten Aceh Jaya).

Praktik *online public relations*, meliputi komunikasi strategis yang bertujuan untuk mempengaruhi hasil. Hal ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan yang serba digital, praktisi PR mempersiapkan komunikasi mereka seefektif mungkin untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan benar-benar mencapai tujuan yang diinginkan.

*“Website pemerintah Kabupaten Aceh Jaya sudah pada tahap interaksi, dimana masyarakat sudah dapat mengetahui informasi dan berinteraksi dengan pemerintah”.* (Wawancara dengan Munadi Yasalem, S.Pd.I, selaku Protokol pimpinan pemerintah Kabupaten Aceh Jaya).

Menurut pendapat tersebut, Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya telah berhasil mencapai tujuan PR yang dilakukan secara online melalui penggunaan websitenya. Apalagi sekarang kehidupan masyarakat dipengaruhi oleh media modern. Menurut McQuail (2010: 144) hal ini terkait erat dengan gagasan interaksi, yang merupakan salah satu fitur utama media baru dan memungkinkan pengunjung untuk berkomunikasi dengan pemerintah Kabupaten Aceh Jaya dengan mengirimkan rekomendasi atau keluhan. *Public relations* tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga berperan sebagai wadah pengumpulan data dari masyarakat luas (Ishak, 2011: 49).

Efisiensi upaya komunikasi yang diusulkan dievaluasi dan diperhitungkan dengan cermat oleh praktisi PR. Jika dibandingkan dengan layanan informasi *offline*, keberadaan internet berarti nilai efektivitas dalam kaitannya dengan penyebaran informasi akan lebih tinggi.

*“Website Pemkab Aceh Jaya dapat dimanfaatkan sebagai sarana Online PR, sehingga Pemkab Aceh Jaya tidak hanya memberikan informasi tentang layanan dan kegiatan yang ditawarkan, tetapi juga untuk meminta masukan dari masyarakat yang dilayaninya.”* (Wawancara dengan Hery

Munazar, S.I.Kom, selaku Wakil komunikasi pimpinan Pemkab Aceh Jaya)

Dengan memberikan informasi kepada semua publik terkait, Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya telah menunjukkan bahwa budaya organisasinya, seperti yang dijelaskan oleh Aswad Ishak, menganut sistem partisipatif. Penyebaran informasi memiliki kekuatan untuk menginspirasi publik dalam mencapai keberhasilan organisasi demi mencapai tujuannya (Ishak, 2012). Hal ini sesuai dengan pendapat Wiratmo (2012) yang menyatakan bahwa agar situs web pemerintah efektif, harus dapat melayani pengguna internal dan eksternal, termasuk praktisi media, mitra, pelaku bisnis, akademisi, dan masyarakat umum.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa implementasi *cyber public relation* dalam pengelolaan *website* pemerintah Kabupaten Aceh Jaya dapat dimanfaatkan sebagai sarana *online* PR. Kualitas terpenting yang harus dimiliki adalah memahami arti penting pelayanan publik untuk informasi yang akurat dan terpercaya. Dengan demikian pemerintah Kabupaten Aceh Jaya telah berhasil mencapai tujuan PR yang dilakukan secara online melalui penggunaan websitenya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aries, Erna Febru. 2008. Metode Penelitian studi Kasus. Sumber melalui <http://ardhana12.wordpress.com/>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2022
- [2] Cutlip, Scott M; Center, Allen H; Broom, Glen M. 2006. Effective Public Relations. New Jersey: Pearson Education Inc.
- [3] Dermir, Filiz O dan Kirdar, Yalcin. 2005. The World Wide Web as Media for Public Relations: a Case Study of Organizations, Use of the Internet in Turkey. Review of social, Economic, & Business Studies, vol.7/8.
- [4] Grunig, James dkk. 1992. Excellence in Public Relations and Communication Management. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- [5] Ishak, Aswad. (2012). Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi. Jurnal Komunikasi (ASPIKOM), Volume 1, Nomor 4, Januari 2012.
- [6] McQuail, Dennis. (2010). McQuail's Mass Communication Theory. Los Angeles, London, Singapore: Sage
- [7] Mulyana, Deddy. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [8] Naumann, Friedrich. 2007. Good Governance New Public Management: Hubungan Warga Pejabat Publik. [http://www.kedai-kebebasan.org/download/1181190460\\_Presentasi\\_Good\\_Governance\\_dan\\_Public\\_Service.pdf](http://www.kedai-kebebasan.org/download/1181190460_Presentasi_Good_Governance_dan_Public_Service.pdf). diakses tanggal 26 Juni 2022
- [9] Onggo, Bob Julius. 2004. Cyber Public Relations. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [10] Putra, H., & Zuhri, A. (2022). Implementasi Teknik Komunikasi Pembina Pramuka Terhadap Siswa. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 13(1), 48-60.
- [11] Wiratmo, Liliek Budiastuti. (2008). Public Relations yang Melayani, Disajikan pada Bintel KePublic relations Kantor Informasi dan Komunikasi Pemerintah Kota Semarang tanggal 11-12 Juni 2008
- [12] Yin, Robert K. 1989. Case Study Research Design and Method: volume 5. London: Sage Publications, Inc.
- [13] Zuhri, A., & Putra, H. R. (2021). Film Aceh dalam Perspektif Etika Komunikasi Islam. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 1-21.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN