



Implementasi Media Digital dalam Pengembangan Citra Positif Wakil DPRD Sumbar

Implementation of digital media in developing Positive Image of Vice Chairman of the West Sumatera Legislative Council

Reza Prayogi^{1*}, Emeraldy Chatra², Elva Ronaning Roem³

¹²³Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

Email: rezaprayogi15@gmail.com*, emerald1962@gmail.com, elvarona80@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran serta implementasi penggunaan media digital oleh Wakil Ketua DPRD Provinsi Sumatera Barat dalam konteks komunikasi politik, sekaligus menelaah relevansi konten terhadap persepsi dan tingkat kepuasan audiens dalam pembentukan citra positif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, penelitian ini mengkaji secara mendalam bagaimana pemanfaatan media digital, khususnya melalui platform Instagram, Facebook, dan TikTok secara simultan, memengaruhi persepsi publik terhadap anggota legislatif tersebut. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara, observasi lapangan, serta analisis dokumen, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun media digital telah dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran aktivitas konstitusional, efektivitasnya dalam membangun citra positif yang kuat masih perlu ditingkatkan, terutama dalam aspek transparansi dan keberpihakan terhadap masyarakat. Jenis konten yang dinilai paling efektif adalah konten yang menampilkan interaksi langsung antara anggota legislatif dan masyarakat serta memperlihatkan proses penyampaian aspirasi publik. Berdasarkan analisis dari admin Iqra Chissa, konten dengan karakteristik tersebut mampu menghadirkan citra yang lebih humanis dan komunikatif dibandingkan dengan konten yang menampilkan kegiatan formal seperti rapat, kunjungan daerah, maupun rapat dengar pendapat yang cenderung bersifat kaku dan kurang menarik bagi audiens. Namun demikian, masih terdapat persepsi bahwa sebagian konten lebih menonjolkan kepentingan politik dan pribadi dibandingkan orientasi terhadap kepentingan publik. Oleh karena itu, relevansi konten yang berfokus pada kebutuhan serta aspirasi masyarakat menjadi aspek krusial dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan publik.

Kata kunci: Media Digital; Citra; Komunikasi Politik; Wakil Ketua DPRD Provinsi Sumatera Barat

Abstract

This study aims to analyze the role and implementation of digital media use by the Deputy Speaker of the West Sumatra Provincial DPRD in the context of political communication, while also examining the relevance of content to audience perceptions and satisfaction levels in building a positive image. Using a qualitative approach and case study method, this study examines in depth how the simultaneous use of digital media, particularly through Instagram, Facebook, and TikTok, influences public perception of the legislator. Research data was collected through interviews, field observations, and document analysis, then analyzed using Miles and Huberman's interactive analysis technique. The results show that although digital media has been utilized as a means of disseminating constitutional activities, its effectiveness in building a strong positive image still needs to be improved, especially in terms of transparency and public support. The type of content considered most effective is content that displays direct interactions between legislators and the public and shows the process of conveying public aspirations. Based on the analysis by admin Iqra Chissa, content with these characteristics is able to present a more humanistic and communicative image compared to content that displays formal activities such as meetings,

regional visits, or hearings, which tend to be rigid and less engaging for the audience. However, there is still a perception that some content emphasizes political and personal interests over public interest. Therefore, content relevance that focuses on public needs and aspirations is crucial for increasing public satisfaction and trust.

Keywords: Digital Media; Image; Political Communication; West Sumatra Provincial Legislative Council

I. PENDAHULUAN

Pemilihan Ketua dan Wakil Ketua DPRD Provinsi Sumatera Barat periode 2024–2029 yang berasal dari 65 anggota dewan memiliki tanggung jawab serta kewajiban dalam mengoordinasikan dan membawahi masing-masing komisi. Setiap anggota DPRD dituntut untuk merealisasikan serta menindaklanjuti aspirasi masyarakat yang menjadi bagian dari amanah konstitusional mereka. Implementasi tanggung jawab tersebut diwujudkan melalui berbagai kegiatan, seperti rapat dengar pendapat, kegiatan reses, dan aktivitas konstitusional lainnya (sumber: dprd.sumbarprov.go.id). Dalam melaksanakan tugasnya, anggota DPRD Sumatera Barat tidak hanya berperan sebagai penyampai dan penerima aspirasi publik, tetapi juga berkewajiban menjaga kepercayaan masyarakat terhadap kinerja serta komitmen mereka di daerah pemilihan. Kepercayaan (*trust*) tersebut dapat dibangun melalui beragam cara, salah satunya dengan memanfaatkan media digital yang kini berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi di era modern.

Kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah membawa masyarakat memasuki era digital, di mana pola interaksi sosial serta komunikasi publik mengalami perubahan yang sangat mendasar. Dalam konteks komunikasi politik, perubahan tersebut tidak lagi bersifat perifer, melainkan telah menjadi elemen sentral dalam cara aktor politik menjalin hubungan dengan konstituen serta membangun legitimasi publik (Wahid, 2016). Media digital, khususnya media sosial, kini berfungsi sebagai ruang strategis untuk menampilkan identitas diri, menyebarkan informasi, sekaligus mengelola citra dan reputasi para pejabat publik. Dalam konteks kepemimpinan daerah, khususnya di lingkungan DPRD Provinsi Sumatera Barat, masih relatif sedikit anggota dewan yang secara aktif memanfaatkan media digital untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Meski demikian, terdapat beberapa anggota DPRD yang menunjukkan kesadaran dan inisiatif dalam menggunakan media digital sebagai sarana membangun kepercayaan publik dan memperkuat citra yang baik. Di era digital saat ini, tingkat kepercayaan masyarakat dapat tercermin melalui konten yang disajikan di media sosial. Salah satu contohnya adalah Wakil Ketua DPRD Sumatera Barat periode 2024–2029, Muhammad Iqra Chissa Putra, yang memanfaatkan media digital sebagai instrumen komunikasi politiknya. Iqra menargetkan segmen anak muda yang dinamis, terbuka terhadap perubahan, serta adaptif terhadap perkembangan teknologi. Melalui strategi komunikasi digital yang ia kembangkan, Iqra berhasil membangun keterhubungan dengan

publik dan memperoleh kepercayaan hingga terpilih sebagai anggota DPRD Provinsi Sumatera Barat periode 2024–2029.

Iqra, yang merupakan menantu dari Ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Golkar sekaligus Bupati Solok Selatan periode 2025–2030, H. Khairunnas, S.IP., M.Si., berupaya membangun citra positif sebagai figur yang dikenal dekat dengan masyarakat dan memiliki semangat anak muda, tanpa harus bergantung pada posisi politik mertuanya yang juga seorang pejabat daerah. Menurut Adriza (2015), citra dapat dipahami sebagai representasi keyakinan, pandangan, sikap, stereotip, maupun perilaku yang mencerminkan suatu entitas. Oleh karena itu, baik individu maupun organisasi, termasuk pemimpin daerah, membutuhkan strategi pengelolaan citra yang tepat agar dapat memperoleh kepercayaan publik. Kajian mengenai pemanfaatan media digital dalam lembaga pemerintahan, khususnya di lingkungan DPRD, telah banyak dilakukan. Salah satunya oleh Syarifah Namira Azzahra (2022) yang meneliti penggunaan media sosial dalam aktivitas *digital public relations* untuk meningkatkan citra DPRD Provinsi Riau. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa praktisi humas DPRD memanfaatkan berbagai konten di setiap media sosial sesuai dengan fungsinya. Namun, pemanfaatan tersebut dinilai belum sepenuhnya mampu mencerminkan kedekatan anggota dewan dengan masyarakat maupun peran mereka sebagai penyambung aspirasi rakyat.

Penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada bagaimana implementasi media digital yang dilakukan oleh Wakil Ketua DPRD Provinsi Sumatera Barat, Muhammad Iqra Chissa Putra, dalam upaya membangun dan mengembangkan citra positif. Selain itu, penelitian ini juga berupaya menelaah alasan di balik pemanfaatan media digital sebagai sarana strategis dalam pembentukan citra positif tersebut. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pola interaksi yang dibangun oleh Wakil Ketua DPRD Sumbar melalui media digital, bentuk implementasi pesan yang disampaikan, serta tingkat relevansi konten terhadap persepsi masyarakat. Melalui kajian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas penggunaan media digital dalam konteks komunikasi politik, sekaligus menegaskan pentingnya pengelolaan citra positif bagi figur publik, khususnya bagi pejabat legislatif daerah.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (Afrizal, 2019), yang difokuskan pada penerapan media digital oleh Wakil Ketua DPRD Provinsi Sumatera Barat dalam membangun citra positif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, analisis konten terhadap unggahan di platform Instagram, Facebook, dan TikTok, serta telaah literatur yang relevan. Wawancara dilaksanakan dengan beberapa informan kunci, yaitu Muhammad Iqra Chissa selaku Wakil Ketua DPRD Sumbar, admin media digital yang mengelola akun beliau, sejumlah pengikut akun media sosialnya, serta pengamat politik. Pemilihan partisipan dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, antara lain: merupakan anggota DPRD periode 2024–2029,

memiliki akun media digital pribadi yang aktif, membagikan aktivitas komunikasi politik melalui media digital, memiliki pengalaman dalam pengelolaan akun media digital, berpengalaman dalam analisis politik, dan termasuk dalam pengikut akun media sosial Iqra Chissa. Proses wawancara dilakukan secara *hybrid*, yaitu melalui metode daring dan luring, menyesuaikan dengan kondisi dan ketersediaan waktu para informan.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema-tema utama yang muncul dari data kualitatif. Proses analisis meliputi tahap transkripsi hasil wawancara, pemberian kode pada data, serta pengelompokan berdasarkan tema menggunakan perangkat lunak analisis kualitatif NVivo. Tahapan analisis tematik dilaksanakan secara sistematis, dimulai dari pembacaan data secara berulang untuk menemukan pola makna, dilanjutkan dengan proses *coding*, pengelompokan kode menjadi tema, dan penarikan interpretasi hasil berdasarkan temuan utama. Untuk menjaga validitas dan reliabilitas data, dilakukan teknik triangulasi dengan cara membandingkan hasil dari berbagai sumber data, seperti wawancara, *focus group discussion* (FGD), dan analisis konten. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan aspek etika penelitian dengan meminta persetujuan tertulis dari seluruh partisipan sebelum pelaksanaan wawancara atau FGD. Kerahasiaan identitas dan informasi partisipan dijaga secara ketat sesuai dengan prinsip-prinsip penelitian etis yang dikemukakan oleh Yin (2019).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Hubungan Anggota DPRD Provinsi Sumatera Barat dengan Publik melalui Media Digital

Media digital menjadi salah satu komponen yang dianggap krusial pada saat ini dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh anggota DPRD Provinsi Sumatera Barat dengan masyarakat. Selain menjadi media dalam berbagi informasi, media digital juga berperan sebagai wadah untuk melakukan interaksi yang memungkinkan terjalinnya hubungan yang lebih erat antara wakil rakyat dan publik. Kemajuan teknologi internet juga mempercepat proses umpan balik dari masyarakat, sehingga berbagai isu serta pertanyaan dapat segera ditanggapi. Pemanfaatan media digital oleh Wakil Ketua DPRD penting untuk dianalisis guna mengetahui bagaimana langkah Wakil Ketua DPRD dalam memperkuat hubungan dengan masyarakat beserta apakah terdapat dampak dalam peningkatan akuntabilitas dan transparansi publik.

Pemanfaatan media sosial menjadi elemen yang penting untuk menjadi wadah komunikasi publik dalam pembangunan hubungan antara anggota DPRD dengan masyarakat. Platform media sosial seperti TikTok, Facebook, juga Instagram berperan signifikan sebagai medium interaktif yang memungkinkan anggota DPRD menyebarkan informasi terkait kebijakan, program kerja, serta berbagai aktivitas yang mereka jalankan. Melalui unggahan berisi teks, foto, maupun video, wakil rakyat dapat memperkuat transparansi serta meningkatkan keterlibatan publik terhadap isu-isu pemerintahan, misalnya mengenai rencana

pembangunan infrastruktur di wilayah pemilihan mereka. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa Muhammad Iqra Chissa Putra secara terbuka menyediakan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan opini, kritik, saran, maupun keluhan melalui berbagai kanal digital yang ia miliki. Meskipun demikian, sejumlah informan menyebutkan bahwa interaksi langsung dari Wakil Ketua DPRD Sumatera Barat tersebut masih terbatas, terutama dalam menanggapi komentar publik di kolom diskusi maupun pesan pribadi (*Direct Message*).

Analisis lebih mendalam mengenai pemanfaatan media digital oleh Wakil Ketua DPRD Provinsi Sumatera Barat dalam membangun hubungan dengan publik memiliki signifikansi yang tinggi. Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa kedekatan antara pemimpin dan masyarakat dapat terjalin secara optimal melalui konteks komunikasi politik yang efektif, sehingga citra positif yang ingin dibangun oleh Muhammad Iqra Chissa Putra dapat diterima dan dikenali oleh masyarakat. Dalam ranah komunikasi politik, efektivitas penyampaian pesan sangat bergantung pada penerapan strategi yang tepat, salah satunya dengan memahami karakteristik khalayak sebagai dasar terciptanya interaksi dan hubungan yang harmonis antara pemimpin dan publik. Hubungan yang positif antara keduanya berpotensi menumbuhkan citra publik yang baik serta memperkuat keterikatan emosional, sehingga pesan-pesan politik yang disampaikan dapat diterima dengan lebih optimal.

2. Implementasi Media Digital dalam Pengembangan Citra Positif

Dalam rangka membangun serta memperkuat citra suatu organisasi maupun individu dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana. Media digital memiliki perkembangan pesat sehingga persebaran informasi dan kegiatan komunikasi dapat berjalan dengan efisien melalui berbagai platform digital seperti situs web, blog, serta media sosial. Pada platform-platform tersebut menjadi wadah yang tepat dan memberikan peluang yang lebih besar untuk para aktor publik dalam menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat. Meskipun demikian, penggunaan media digital tidak hanya berkaitan dengan keberadaan di dunia maya, tetapi juga memerlukan penerapan strategi komunikasi yang terencana dan terarah untuk membentuk serta mempertahankan citra positif di hadapan publik.

Pengelolaan citra positif dimulai dari tahap pemilihan media yang tepat. Aspek ini menjadi perhatian penting bagi Iqra bersama tim mediana dalam merancang strategi komunikasi politik. Tidak seluruh platform digital dimanfaatkan secara merata, melainkan dipilih secara selektif sesuai karakteristik khalayak. Iqra memfokuskan penggunaan Facebook untuk menjangkau kalangan orang tua, Instagram bagi generasi milenial, serta TikTok untuk audiens muda atau Generasi Z. Menurut Arifin (2017), pemilihan media yang selaras dengan segmentasi audiens merupakan faktor penting dalam efektivitas komunikasi politik, sehingga tujuan utama berupa penguatan citra positif dapat tercapai secara optimal.

Pembentukan citra positif oleh Iqra Chissa melalui media digital dilakukan dengan beragam strategi, salah satunya melalui penguatan identitas organisasi yang diwujudkan dalam penggunaan slogan "*Energy Young Generation*" sebagai simbol representasi diri dan upaya memperkuat citra yang positif di mata publik. Temuan penelitian Rakhmawati (2021) mengindikasikan bahwa citra positif memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap lembaga pemerintahan. Setiap unggahan Iqra di platform digital menampilkan kesan positif yang mampu tersampaikan secara efektif kepada audiens. Aktivitas komunikasi politik seperti keterlibatan langsung di lapangan, pendengaran aspirasi masyarakat, rapat kerja, serta kegiatan publik lainnya menjadi elemen pendukung yang memperkuat pesan politiknya dan berkontribusi terhadap pembentukan citra positif di ruang digital.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, penggunaan media digital oleh anggota DPRD Provinsi Sumatera Barat memiliki dua dimensi, yakni pengelolaan konten dan penguatan narasi citra. Pada dimensi pengelolaan konten, Zikra Novembra, selaku admin media sosial Iqra Chissa menyatakan apabila jenis konten yang efektif untuk mendapatkan simpati dan perhatian masyarakat ialah konten yang berisi keterlibatan Iqra secara langsung dengan publik. Keterlibatan tersebut dapat dilihat dalam kegiatan dialog publik, kegiatan reses, dan juga kunjungan kerja. Pendekatan ini sejalan dengan konsep hubungan masyarakat siber yang menekankan pentingnya partisipasi aktif dan keaslian pesan dalam membangun hubungan dengan audiens. Konten yang dinilai efektif adalah konten yang menampilkan keterlibatan langsung aktor publik dengan masyarakat dan menampilkan empati terhadap isu-isu kemasyarakatan. Hal tersebut sukses dalam membangun persepsi yang positif dibandingkan dengan konten-konten yang hanya bersifat informatif, formal, maupun seremonial.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, jenis konten yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap pembentukan citra positif Iqra Chissa adalah konten yang menampilkan aktivitas kunjungan lapangan serta keterlibatannya dalam diskusi langsung dengan masyarakat. Implementasi strategi tersebut dinilai efektif dalam memperkuat citra positif di ruang publik digital. Meskipun demikian, peneliti menilai bahwa seorang praktisi media digital sebaiknya tetap melakukan diversifikasi dalam bentuk konten yang dipublikasikan guna meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens. Selain konten foto, penyajian informasi juga dapat dikembangkan melalui format video yang menarik dan interaktif agar pesan politik tersampaikan secara lebih optimal. Menurut Ruslan (2010:80), citra merupakan refleksi dari keyakinan, ide, dan kesan yang melekat pada individu serta memengaruhi cara pandang orang lain terhadapnya. Dalam konteks ini, citra yang dibangun oleh Iqra Chissa menggambarkan sosok pemimpin yang dekat, komunikatif, dan terlibat langsung dengan persoalan masyarakat. Dengan demikian, representasi citra tersebut sejalan dengan pandangan Ruslan mengenai bagaimana persepsi publik terbentuk terhadap figur seorang pemimpin.

3. Relevansi Konten yang di Publikasikan

Relevansi konten yang dipublikasikan oleh anggota DPRD memiliki peranan krusial dalam memastikan bahwa pesan dan informasi yang tersampaikan sesuai kebutuhan serta harapan masyarakat. Dalam konteks ini, relevansi dimaknai sebagai tingkat kesesuaian antara isi konten dengan ekspektasi dan kepentingan audiens. Sebagai contoh, anggota DPRD yang secara aktif membahas isu-isu lokal seperti pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur akan dianggap lebih relevan oleh masyarakat yang memiliki kepedulian terhadap kemajuan daerahnya. Oleh karena itu, konten yang diproduksi tidak hanya perlu bersifat informatif, tetapi juga harus kontekstual, adaptif, dan responsif terhadap dinamika sosial yang berkembang. Selain itu, konten yang disajikan secara personal dan autentik cenderung lebih diterima oleh publik dibandingkan dengan konten yang bersifat terlalu formal atau sekadar berorientasi pada pembentukan citra semata.

Dalam rangka membangun serta menjaga kepercayaan publik, diperlukan keseimbangan antara narasi digital dan aktivitas di lapangan. Pernyataan tersebut diambil berdasarkan wawancara dengan pengamat politik Muhammad Taufiqurrahman. Namun, masih ada sebagian audiens yang berpendapat bahwa kehadiran anggota DPRD di media sosial lebih bersifat simbolis dan belum menunjukkan keterlibatan yang berarti. Hasil wawancara juga mengindikasikan bahwa banyak audiens menilai konten yang diposting oleh Iqra Chissa masih terfokus pada agenda politik dan kepentingan pribadi, alih-alih mencerminkan perhatian yang nyata terhadap masyarakat atau kebijakan yang berpihak pada rakyat. Temuan ini menyoroti pentingnya pengoptimalan strategi komunikasi digital yang berorientasi pada kebutuhan dan harapan audiens. Oleh karena itu, keselarasan antara konten media digital dan realitas sosial-politik menjadi elemen penting dalam meningkatkan kepuasan publik.

Relevansi konten yang diterbitkan oleh Iqra Chissa sebagai Wakil Ketua DPRD Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu faktor kunci dalam upaya memperkuat dan mengembangkan citra politik yang positif. Pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi audiens, ditunjang dengan penggunaan format konten yang bervariasi dan menarik, memungkinkan anggota DPRD untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. Selain itu, interaksi yang aktif dan responsif serta komitmen untuk menyampaikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya menjadi elemen penting dalam meningkatkan kepercayaan publik. Dalam konteks era digital yang terus berubah, kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi dalam strategi penyajian konten menjadi kunci keberhasilan bagi anggota DPRD dalam menjalankan perannya sebagai wakil rakyat di bidang komunikasi publik.

IV. KESIMPULAN

Hasil studi menunjukkan bahwa penggunaan media digital memiliki peran penting dalam menciptakan citra positif bagi politisi muda, terutama dalam kasus

Muhammad Iqra Chissa Putra. Strategi komunikasi yang dianggap efektif meliputi publikasi kegiatan langsung bersama masyarakat, peningkatan transparansi informasi, dan penggunaan konten visual yang menarik serta komunikatif. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya, terutama dalam kecenderungan untuk menonjolkan aspek politik pribadi. Pendekatan komunikasi yang fokus pada transparansi, responsivitas, dan partisipasi publik terbukti dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja anggota legislatif. Selain itu, kolaborasi antar media dan pengelolaan kritik publik secara terbuka menjadi langkah strategis dalam memperkuat citra positif di dunia digital. Ketika konten yang ditampilkan mencerminkan keaktifan, empati, serta dukungan terhadap masyarakat, tingkat kepuasan dan dukungan publik terhadap anggota DPRD cenderung meningkat. Penelitian ini merekomendasikan agar anggota DPRD meningkatkan kemampuan tim media digital atau admin, terutama dalam manajemen krisis, analisis audiens, dan produksi konten kreatif, sehingga strategi komunikasi tetap relevan dan adaptif terhadap dinamika isu sosial dan politik yang ada. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan studi diperluas, tidak hanya berfokus pada satu individu anggota DPRD, tetapi juga melibatkan berbagai anggota legislatif dari berbagai daerah dan partai politik, guna mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai efektivitas komunikasi politik digital di tingkat daerah..

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, Dikhorir. 2017. Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Dalam Pemenangan Pemilu Legislatif Di Kabupaten Kuningan (Studi Kasus Tim Pemenangan Momon Sutrisna Pada Pemilu Legislatif Periode 2004-2009 Dan 2009-2014). Jurnal Sosfilkom, Vol. Xi No. 01 Tahun 2017 (Hal. 30-41).
- Alam, Sukma. 2019. *Strategy of Political Party Campaign on Social Media (Case Study of Partai Solidaritas Indonesia in Criticizing The Indonesian parliament through YouTube)*. Vol 2 No 1. Desember: 494-498
- Azzahra, Syarifah Namira (2022). Pemanfaatan Media Sosial pada Aktivitas Digital Public Relation dalam Meningkatkan Citra DPRD Provinsi Riau. Skripsi Universitas Islam Riau
- Farhani, Liza (2022). *Implementation of Media Relations in Building Organizational Image at Yayasan Haji Anif Medan*. International Journal of Cultural and Social Science IJCSS 4 (1) (2023) Pages: 40-44
- Hasfi, Nurul (2019). Komunikasi Politik di Era Digital. Jurnal Ilmu Politik. Vol.10, No.1 (April 2019)
- Ramadhanty, Dini Siti (2024). Pengelolaan Media Sosial Instagram @PROKOMPIM_KBB Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pemerintah Daerah. Skripsi Universitas Sangga Buana YPKP

- Noviafni, Fitri Nilam. Sarmiati, Asnawi. Strategi Komunikasi Persuasif Media Sosial dalam PILKADA Sumatera Barat 2024. *Jurnal Hulondalo Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*. Vol 4 no 2.
- Mas'ud, Taufik Irfadat, Haeril (2020). Peran Humas Dprd Dalam Menjaga Kinerja Dan Citra DPRD (Studi pada DPRD Kabupaten Bima). *Journal of Government and Politics (JGOP)* Vol. 2 No. 2 Desember 2020 Hal. 153-165
- Susilo, Anindita. Sari, E. (2020). Implementasi Program Media Relations PT.Kereta Api Indonesia Dalam Mengelola Informasi Publik di Media Sosial. *Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, Vol 8 no 1.
- Septiyani, D. Sari, Y. (2021). *Cyber Government Public Relations Management In Strengthening The Image Of The Information Technogies Board And National Communication (WANTIKNAS)*. Moestopo International Review on Societies, Humanities, and Sciences (MIRSHuS). Vol 1 no 2
- Al-Ansori, M. Z., & Saifudin, W. (n.d.). Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi Manajemen Konvergensi Radio Mercury 96 Fm Surabaya dalam Mempertahankan Eksistensinya *Convergence Management at Mercury 96 Fm Radio Surabaya to Maintain Its Existence*. In *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*(Vol. 4, Issue 1)
- Arafah, R. A., & Destiwati, R. (2024). HULONDALO Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menghadapi Stigma Kesehatan Mental Menggunakan Pendekatan Inklusif *Persuasive Communication Strategies in Dealing with Mental Health Stigma Using an Inclusive Approach*. In *Hulondalo Jurnal Ilmu pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*(Vol. 3).
- Yendi, Jacky Alvi. Lucky Zamzami, Rahmi Surya Dewi (2025). Halondalo Strategi Komunikasi LKAAM Padang Pariaman dalam implementas iPerda No. 7 tahun 2018. In *Halundalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi* (Vol 4)
- Yin, R. k. (2019). *Studi Kasus Desain & Metode*. PT Rajagrafindo Persada.