

Peran *Government Cyber Public Relations* pada Komunikasi Digital Pemerintah Jawa Barat: Studi atas Platform “Sapawarga”

Nida Fadlilah

Magister Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Andalas, Sumatera Barat, Indonesia

e-mail: 2420862016_nida@student.unand.ac.id

Abstrak

Transformasi komunikasi publik di era digital menuntut pemerintah daerah untuk beradaptasi melalui strategi komunikasi berbasis teknologi, salah satunya dengan penerapan *Government Cyber Public Relations*. Penelitian ini berupaya menjawab bagaimana peran *Government Cyber Public Relations* dalam memperkuat komunikasi digital antara Pemerintah Jawa Barat dan warganya melalui platform Sapawarga. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran *Government Cyber Public Relations* dalam mendukung komunikasi digital Pemerintah Jawa Barat melalui platform Sapawarga. Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* dengan pendekatan PRISMA, menganalisis 15 artikel terkait yang terbit pada periode 2015–2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sapawarga berfungsi sebagai kanal komunikasi dua arah yang efektif dalam meningkatkan transparansi, partisipasi publik, dan akses informasi yang sejalan dengan teori *Cyber Public Relations* dan *good governance*. Komunikasi digital antara pemerintah dengan warga Jawa Barat melalui platform Sapawarga dinilai tergolong Model Asimetris Dua Arah dilihat dari tujuan dan sifat komunikasi. Temuan ini memperluas penerapan konsep *Cyber Public Relations* di tatanan pemerintah daerah yang masih jarang dikaji di Indonesia. Penelitian ini juga menegaskan perlunya perlindungan data pribadi dan literasi digital warga sebagai aspek etis yang harus diperhatikan. Temuan ini diharapkan menjadi kontribusi teoretis bagi pengembangan konsep *Cyber Public Relations* di pemerintah daerah Indonesia sekaligus menjadi rujukan praktis dalam merancang strategi komunikasi publik yang adaptif di era digital.

Kata kunci: *Government cyber public relations*; komunikasi digital; *public relations*, sapawarga

Abstract

The transformation of public communication in the digital era requires local governments to adapt through technology-based communication strategies, one of which is the implementation of Government Cyber Public Relations. This study seeks to answer how Government Cyber Public Relations plays a role in strengthening digital communication between the West Java Provincial Government and its citizens through the Sapawarga platform. To that end, the purpose of this study is to analyse the role of Government Cyber Public Relations in supporting the West Java Provincial Government's digital communication through the Sapawarga platform. The method used is a Systematic Literature Review with the PRISMA approach, analysing 15 related articles published between 2015 and 2025. The results show that Sapawarga functions as an effective two-way communication channel in increasing transparency, public participation, and access to information in line with the theory of Cyber Public Relations and good governance. Digital communication between the government and West Java citizens through the Sapawarga platform is considered to be a Two-Way Asymmetric Model in terms of the purpose and nature of communication. This finding expands the application of the concept of Cyber Public Relations in local government, which is still rarely studied in Indonesia. This research also emphasises the need for personal data protection and digital literacy among citizens as ethical aspects that must be considered. These findings are expected to contribute theoretically to the development of the concept of Cyber Public Relations in local government in Indonesia, as well as serving as a practical reference in designing adaptive public communication strategies in the digital era.

Keywords: *Government cyber public relations*; *digital communication*; *public relations*, sapawarga

Introduction

Era digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara pemerintah berinteraksi dengan publik, menuntut transformasi komunikasi publik agar lebih terbuka, cepat, dan responsif. Perkembangan teknologi seperti internet, media sosial, dan aplikasi berbasis digital menuntut *Government Public Relations* (GPR) mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk membangun kepercayaan, transparansi, dan partisipasi publik yang lebih luas (Dunan & Mudjiyanto, 2020). Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika pun terus mengoptimalkan strategi komunikasi digital untuk menjembatani kebutuhan informasi masyarakat (Susanti *et al.*, 2023). Di Jawa Barat, Sapawarga hadir sebagai salah satu inovasi komunikasi digital berbasis aplikasi untuk memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dengan warganya. Platform Sapawarga hadir dalam bentuk aplikasi yang bisa diunduh melalui Playstore, akun media sosial Sapawarga, dan dapat diakses pada website resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Sapawarga bertujuan untuk memudahkan warga Jawa Barat mengakses berbagai layanan publik, informasi, serta menyampaikan aspirasi secara digital. Melalui Sapawarga, warga Jawa Barat dapat mengakses informasi penting, membayar pajak kendaraan bermotor secara *online*, mencari lowongan pekerjaan, mendapatkan informasi vaksinasi Covid-19, dan berbagai layanan lainnya. Hal ini sejalan dengan tuntutan praktik *Cyber Public Relations* yang menekankan pemanfaatan teknologi digital sebagai medium utama komunikasi publik di era Revolusi Industri 4.0 (Nurjannah *et al.*, 2019).

Dari pemaparan tersebut, pemanfaatan teknologi dalam praktik *Cyber Public Relations* sudah masif dilakukan. Namun, penelitian-penelitian yang berfokus pada praktiknya di sektor pemerintahan di Indonesia masih cukup terbatas, terutama dengan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Penelitian-penelitian mengenai platform Sapawarga di Jawa Barat yang dikaitkan secara khusus dengan konsep *Cyber Public Relations* pun masih sangat terbatas. Pengkajian mendalam mengenai peran *Government Cyber Public Relations* melalui platform Sapawarga menjadi penting untuk memahami sejauh mana inovasi digital ini mampu menjawab tantangan komunikasi pemerintah daerah. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana peran *Government Cyber Public Relations* dalam memperkuat komunikasi digital antara Pemerintah Jawa Barat dan warganya melalui platform Sapawarga.

Literature Review

Teori *Public Relations* dan *Cyber Public Relations*

Public Relations (PR) pada dasarnya merupakan fungsi manajemen strategis yang bertujuan membangun dan memelihara hubungan saling pengertian antara organisasi/instansi dengan publiknya. Manajemen komunikasi pada PR pada dasarnya adalah aplikasi dari prinsip manajemen umum yang meliputi tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengontrolan, dan evaluasi (Chatra & Nasrullah, 2008). Terdapat empat model *public relations* yang digagas oleh Grunig (1984), yaitu *Press Agentry* (Agen Pers), *Public Information* (Informasi Publik), *Two-Way Asymmetric* (Asimetris Dua Arah), dan *Two-Way Symmetric* (Simetris Dua Arah). Pada sekitar tahun 1984, Model Informasi Publik yang memiliki ciri penyebaran satu arah paling banyak digunakan oleh PR saat itu. PR yang menggunakan model ini adalah pemerintah, asosiasi nirlaba, dan bisnis (Grunig, 1984). Zaman terus berkembang dan penggunaan teknologi semakin masif. Praktik PR pun dituntut untuk beradaptasi dengan modernisasi. Model PR modern saat ini menganut sistem dua arah, baik itu simetris maupun asimetris (Kriyantono *et al.*, 2017). Adapun menurut pendapat Khotimah (2021), PR modern menganut Model Simetris Dua Arah. Model ini mengacu pada paradigma komunikasi dua arah simetris yang menekankan dialog, partisipasi publik, dan pengelolaan citra secara transparan (Kriyantono *et al.*, 2017). Di Indonesia, praktik PR juga perlu mempertimbangkan kearifan lokal dan nilai budaya sebagai bagian dari pendekatan komunikasi yang relevan (Kriyantono & McKenna, 2017). Seiring perkembangan teknologi informasi, lahir konsep *Cyber Public Relations* (*Cyber PR*) yang menekankan pemanfaatan media digital sebagai saluran komunikasi interaktif antara pemerintah dan masyarakat (Ningsih & Umarella, 2020). *Cyber PR* memadukan prinsip dasar PR dengan strategi komunikasi berbasis teknologi, seperti media

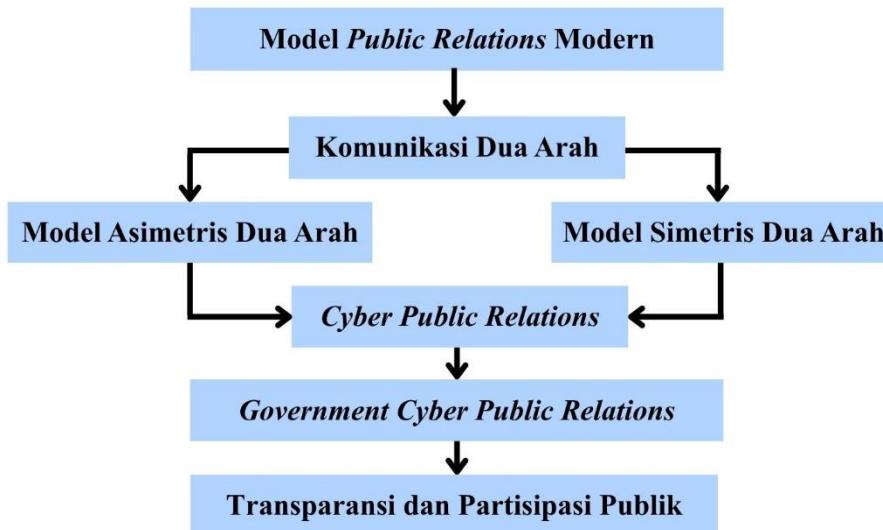
sosial, portal daring, aplikasi layanan publik, hingga *big data analytics* untuk mendukung pengambilan kebijakan yang lebih meningkatkan partisipasi publik.

Konsep *Government Public Relations* (GPR)

Government Public Relations (GPR) merupakan penerapan fungsi PR dalam konteks pemerintahan untuk membangun kepercayaan publik, menyebarluaskan informasi kebijakan, serta membina partisipasi warga. GPR menjadi instrumen vital dalam mendukung keterbukaan informasi publik di era digital (Bachtiar & Dafina, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa institusi pemerintah di Indonesia telah mulai mengadopsi model komunikasi digital melalui *website* resmi, media sosial, hingga aplikasi pelayanan publik untuk memperkuat akses informasi (Maulida & Nugraha, 2024).

Penerapan *Cyber PR* oleh pemerintah daerah dinilai mampu mendekatkan komunikasi pemerintah dengan publik melalui strategi digital yang terintegrasi. Misalnya, studi di DKI Jakarta menunjukkan keberhasilan *Cyber PR* dalam membangun citra positif pemerintah dengan memanfaatkan situs resmi, portal berita daring, serta platform media sosial (Ningsih & Umarella, 2020). Hasil riset di Sumedang pun membuktikan bagaimana pemerintah kabupaten memanfaatkan aplikasi WhatsApp untuk menyediakan layanan informasi publik secara cepat dan interaktif (Maulida & Nugraha, 2024). Hal ini sejalan dengan prinsip *Cyber PR* yang mengacu pada empat elemen utama, yaitu adanya transparansi kepada publik, *internet porosity* yang memungkinkan adanya interaksi dua arah, *internet as agent* yang menandakan bahwa internet berperan aktif sebagai media komunikasi, serta kekayaan pada konten dan jangkauan (Bachtiar & Dafina, 2024). Dengan demikian, konsep *Cyber PR* pada konteks PR pemerintah menekankan integrasi strategi komunikasi digital, transparansi informasi, dan optimalisasi teknologi komunikasi untuk memperkuat hubungan pemerintah dan masyarakat. Sayangnya, meskipun peran *Cyber PR* di tatanan pemerintah sudah banyak dipraktikkan, masih belum banyak penelitian yang secara eksplisit menggunakan istilah *Government Cyber Public Relations*. Untuk itu, melalui pendekatan SLR, penelitian ini akan menganalisis peran *Government Cyber Public Relations* dalam mendukung komunikasi digital pemerintah, khususnya pada platform Sapawarga yang digunakan di Jawa Barat.

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Methods

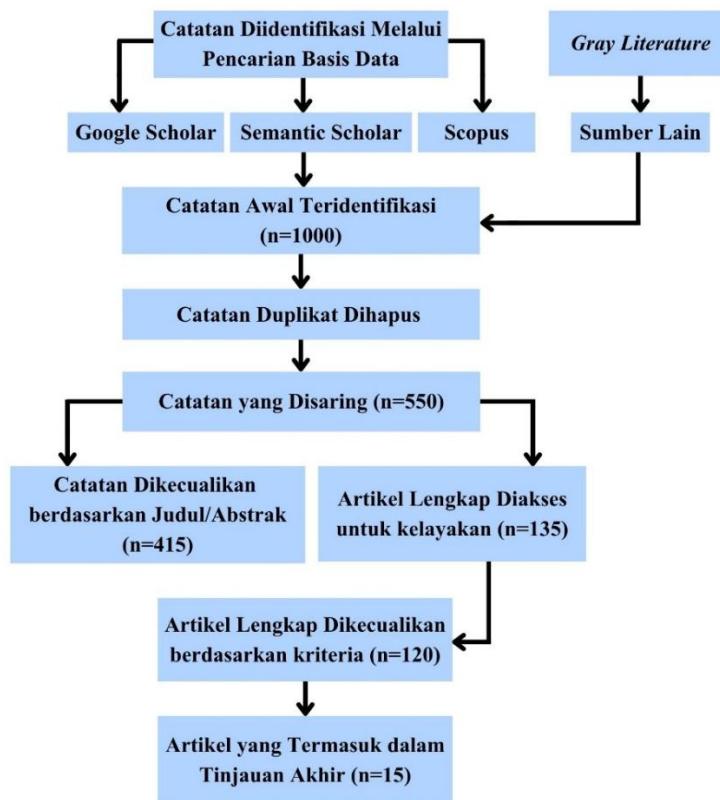
Penelitian ini menggunakan desain *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pendekatan metode PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) untuk menjamin transparansi, keterlacakkan, dan validitas proses telaah literatur. Metode ini dipilih karena mampu menyusun ringkasan bukti ilmiah secara sistematis dan terstruktur sehingga relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai Peran *Government Cyber Public Relations* dalam Komunikasi Digital Pemerintah Jawa Barat melalui program

penggunaan platform digital Sapawarga. Proses pencarian literatur dilakukan melalui beberapa basis data akademik nasional dan internasional seperti Google Scholar, Semantic Scholar, dan Scopus. Kata kunci yang digunakan dalam penelusuran mencakup: “*Government Cyber Public Relations*”, “*Sapawarga*”, dan “*Public Communication West Java*”. Pencarian literatur difokuskan pada artikel dengan periode publikasi 2015–2025 untuk memastikan relevansi dan kebaruan data. Literatur yang disertakan mencakup artikel jurnal, prosiding konferensi, dan laporan riset resmi yang membahas tema terkait.

Kriteria inklusi mencakup artikel berbahasa Indonesia atau Inggris, artikel yang mengulas konsep dan implementasi *Government PR* atau *Cyber PR* pada pemerintahan daerah, serta artikel yang memiliki metode riset empiris atau tinjauan pustaka akademis yang dapat diverifikasi. Adapun kriteria eksklusi meliputi artikel populer, opini, atau *sumber non-peer reviewed*; literatur dengan duplikasi judul yang sama; dan artikel dengan akses penuh yang tidak tersedia.

Proses seleksi mengikuti empat tahapan protokol PRISMA. Pertama, identifikasi, yaitu mengumpulkan seluruh *records* (catatan)/artikel potensial dari basis data. Kedua, penyaringan (*screening*), yaitu menghapus duplikasi, artikel tidak relevan berdasarkan judul dan abstrak. Ketiga, kelayakan (*eligibility*), yaitu telaah penuh teks untuk memastikan kesesuaian dengan pertanyaan penelitian dan kriteria inklusi. Keempat, inklusi, yaitu finalisasi artikel yang layak dianalisis dan disintesis. Hasil alur seleksi ini didokumentasikan dalam diagram PRISMA untuk memvisualisasikan jumlah literatur pada setiap tahap penyaringan. Proses seleksi literatur dilakukan oleh dua *reviewer* independen untuk menjamin analisis yang reliabel.

Artikel yang lolos tahap seleksi dianalisis menggunakan teknik *content analysis tematik* untuk mengidentifikasi pola, temuan utama, dan kesenjangan penelitian. Hasil sintesis kemudian dikategorikan ke dalam tema-tema besar sesuai fokus kajian konsep *Government Cyber Public Relations*, praktik komunikasi digital pemerintah daerah, serta studi kasus implementasi program digital seperti Sapawarga. Dengan desain metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai praktik *Cyber PR* di sektor pemerintahan daerah, memperkuat kredibilitas akademis, dan mendukung perumusan rekomendasi berbasis bukti.

Gambar 2. Diagram Alur PRISMA

Results

Hasil Systematic Literature Review

Berdasarkan hasil *Systematic Literature Review* dengan metode PRISMA, penelitian ini berhasil mengidentifikasi setidaknya 15 studi relevan yang mendukung pemahaman mengenai peran *Government Cyber Public Relations* dalam mendukung komunikasi digital pemerintah daerah di Indonesia, termasuk program penggunaan platform Sapawarga di Jawa Barat. Hasil telaah menunjukkan bahwa praktik *Cyber Public Relations* pada pemerintah daerah umumnya terwujud melalui optimalisasi media digital seperti aplikasi, *website* resmi, serta media sosial untuk membangun citra positif, meningkatkan transparansi informasi, dan mendorong partisipasi publik (Ningsih & Umarella, 2020; Maulida & Nugraha, 2024). Implementasi Sapawarga sebagai platform komunikasi interaktif di Jawa Barat sejalan dengan tren digitalisasi pelayanan publik yang ditemukan pada penelitian serupa di Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan serta di Pemerintah Kota Payakumbuh (Bachtiar & Dafina, 2024; Erliansyah & Yohana, 2017). Analisis juga mengindikasikan bahwa implementasi *Cyber PR* dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi internet melalui media sosial yang mudah diakses masyarakat dengan *content* yang inovatif untuk mendapat respons yang positif sehingga program diingat dan dekat di hati masyarakat (Argarini & Andamisari, 2022). Dengan demikian, hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa Sapawarga dapat diposisikan sebagai model *Cyber PR* yang mendukung misi pemerintah Jawa Barat dalam mewujudkan komunikasi publik yang partisipatif, responsif, dan adaptif terhadap tantangan di era digital.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Systematic Literature Review

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Desain Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
1	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Melalui Pengelolaan <i>Website</i>	Tantri Puspita Yazid	2015	Kualitatif Studi Kasus	Pemanfaatan website oleh Humas Pemprov Sumbar untuk mewujudkan	Website (masih Web 1.0) belum mampu membantu mewujudkan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Desain Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
	Pemerintah Provinsi Sumatera Barat				good governance. Dianalisis menggunakan <i>Media Richness Theory</i> (MRT) dan Model Grunig.	good governance dari segi pelayanan publik karena isinya masih didominasi pemerintah. Berdasarkan teori Grunig, website berada pada tahap <i>two-way asymmetric</i> (umpan balik tertunda) dan menurut MRT, website belum tergolong media yang kaya (<i>rich media</i>).
2	Peran <i>Cyber Public Relations</i> Humas Polri dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik secara <i>Online</i>	Yuliawati, Enjang Pera Irawan	2016	Metode kualitatif deskriptif	Pelayanan Info Publik, <i>Cyber PR</i>	<i>Cyber PR</i> Polri mendukung pelayanan informasi publik <i>online</i> .
3	<i>The Model of PR Practices in Indonesia</i>	R. Kriyantono, A. Amrullah, N. Destriy	2017	Survei Nasional	Model PR bisnis dan pemerintah di Indonesia	PR pemerintah Indonesia cenderung menganut Model Informasi Publik, sedangkan bisnis Model Simetris Dua Arah.
4	Manajemen Pengelolaan <i>Cyber PR</i> untuk <i>Good Governance</i>	Beni Erliansyah, N. Yohana	2017	Kualitatif	Manajemen <i>Cyber PR</i> , Tata Kelola	<i>Cyber PR</i> mendukung prinsip <i>good governance</i> Pemkot Payakumbuh.
5	<i>Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations</i>	Liliek Budiastuti Wiratmo, Noor Irfan, dan Kuwaton	2017	Kualitatif dengan <i>benchmarking</i> fungsional	Menganalisis <i>website</i> pemda (kabupaten/kota) sebagai sarana <i>online PR</i> dan menemukan model pemanfaatannya	<i>Website</i> pemda dapat dimanfaatkan sebagai sarana <i>online PR</i> . Keberhasilan ini memerlukan komitmen pimpinan daerah. Kendala yang dihadapi adalah SDM dan sulitnya koordinasi data antar SKPD. Penelitian ini

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Desain Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
6	<i>The Role of Government Public Relations to Development in West Java by Using Social Mapping</i>	FX. Ari Agung Prastowo, Diah Fatma Sjoraida, Heru Ryanto Budiana	2019	Metode kualitatif deskriptif, menggunakan <i>Rapid Appraisal</i> dan <i>Participatory Appraisal</i> (FGD)	Peran Humas Pemerintah (Government PR) dalam perencanaan pembangunan (<i>cyber city Walini</i>) melalui <i>social mapping</i> . Mengidentifikasi saluran komunikasi dan opinion leaders (formal & non-formal).	menghasilkan model <i>online PR</i> berbasis <i>website pemda</i> . <i>Social mapping</i> penting sebagai audit perencanaan program untuk mendapat dukungan publik. Ditemukan kurangnya sosialisasi dari pemerintah. Humas pemerintah harus menggunakan pendekatan <i>two-step flow</i> melalui tokoh formal (Kades/Camat) dan non-formal (Kyai/Ustaz) serta menggunakan forum keagamaan sebagai saluran efektif.
7	<i>Cyber Public Relations Model in Building a Positive Image of Local Government</i>	Hikmah Ningsih, Farid Hamid Umarella	2020	Studi Kasus Kualitatif	Model <i>Cyber PR</i> , Citra Pemerintah	<i>Cyber PR</i> melalui <i>website</i> & <i>medsoc</i> meningkatkan citra pemerintah DKI Jakarta.
8	<i>Cyber Public Relations Diskominfo Kabupaten Klaten dalam Optimalisasi Layanan Informasi Publik</i>	Dewi Ayu Sri Hastuti, Eny Susilowati	2020	Metode kualitatif deskriptif	Strategi <i>Cyber PR</i> Diskominfo Klaten dalam optimalisasi layanan informasi publik, diukur menggunakan 4 kriteria Holtz (<i>Strategic, Integrated, Targeted, Measurable</i>)	Diskominfo Klaten telah mempraktikkan strategi <i>Cyber PR</i> yang <i>Strategic</i> (terencana), <i>Integrated</i> (<i>website</i> klatenkab.go.id terintegrasi), <i>Targeted</i> (audien spesifik), dan <i>Measurable</i> (terukur via <i>web traffic</i> dan <i>followers</i>). Strategi ini mampu mengoptimalkan layanan informasi publik.

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Desain Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
9	Strategi Humas Siber dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara	Gabriel Gifson Hasugian, Yani Hendrayani, Lusia Handayani	2020	Kuantitatif Deskriptif	Strategi humas siber BKN dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik, analisis penggunaan media (website, medsos, LaporBKN!), dan strategi 7-C PR.	Humas BKN telah menggunakan humas siber (Website, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, LaporBKN!). Strategi (7-C) yang digunakan meliputi penyesuaian khalayak, penggunaan infografis, publikasi audio visual, dan <i>polling</i> evaluasi. Pelayanan humas siber BKN dinilai sudah baik.
10	<i>The Fall of Public Relation Officer and The Rise of Influencer in the Indonesian Government</i>	Dani Fadillah, Arif Ardy Wibowo	2022	Studi Kasus	Pergeseran Strategi Komunikasi	Pemerintah lebih banyak gunakan <i>influencer</i> dibanding peran PR resmi.
11	<i>Implementation of Image Management with Cyber PR to Gen Z by Government Organization</i>	Regia Sulfahmi, Mirana Hanathasia	2022	Kualitatif	Strategi PR, <i>Image Generation Z</i>	Konten TikTok mendukung <i>image</i> Kemenkes RI ke Gen Z.
12	Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam Mensosialisasikan Layanan Digital “Wa Kepo”	Raisya Wahyuning Maulida, Aat Ruchiat Nugraha	2024	Studi Kasus Kualitatif	Media Sosial, Transparansi	“Wa Kepo” efektif sebagai media <i>Cyber PR</i> Pemkab Sumedang
13	<i>Analysis of Cyber PR in Disseminating Indonesia’s FOLU Net Sink 2030</i>	Willy Bachtiar, Kania Dafina	2024	Studi Kualitatif	<i>Cyber PR</i> , Komunikasi Lingkungan	<i>Cyber PR</i> mendukung target Net Sink 2030 KemenLHK.
14	<i>The Role of Digital Media in Shaping Public Relations: Developing Successful Online Communication</i>	Ran An	2024	<i>Systematic Literature Review</i> (SLR)	Dampak media digital terhadap strategi PR, berfokus pada: 1. <i>Real-time engagement</i> dan manajemen krisis.	Media digital sangat penting dalam mendefinisikan ulang praktik PR, terutama dalam manajemen krisis <i>real-time</i> dan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Desain Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
	<i>Strategies for Enterprises</i>				2. Manajemen reputasi perusahaan melalui media sosial. 3. Transparansi dan otentisitas. 4. Penggunaan strategis data dan analitik.	membangun reputasi melalui media sosial. Transparansi dan otentisitas adalah pendorong utama keberhasilan strategi PR. Penggunaan data dan analitik sangat penting untuk mengoptimalkan komunikasi.
15	<i>Driving Climate Action via Government Public Relations: The Role of Government-Citizen Relationships and Situational Perceptions</i>	Myoung-Gi Chon & Angie Chung	2024	Survei kuantitatif online (online survey)	Menguji peran Hubungan Pemerintah-Warga (GCR) secara signifikan memprediksi perilaku komunikasi aktif dan dukungan publik. Persepsi situasional (STOPS) dalam memprediksi perilaku komunikasi aktif serta dukungan publik terhadap kebijakan iklim federal.	Hubungan Pemerintah-Warga (GCR) secara signifikan memprediksi perilaku komunikasi aktif dan dukungan publik. Persepsi situasional (terutama <i>Involvement Recognition</i>) juga memprediksi dukungan dan memediasi hubungan antara GCR dan dukungan publik tersebut.

Sumber: hasil analisis SLR oleh penulis

Analisis Tematik

Dari 15 artikel yang dianalisis menggunakan *Systematic Literature Review*, terdapat beberapa tema utama yang sering muncul. Pertama, Transparansi Informasi Publik. Implementasi *Cyber PR* oleh instansi pemerintah, seperti Humas Polri dan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Kementerian LHK), didorong oleh mandat Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik atau biasa disebut UU KIP. Landasan ini sejalan dengan prinsip *Good Governance*, yang didefinisikan sebagai tata kelola yang transparan, akuntabel, dan partisipatif. Penelitian di Indonesia menegaskan bahwa praktik humas pemerintah telah beralih dari Model Informasi Publik menuju Model Komunikasi Dua Arah (Asimetris dan Simetris). Studi terbaru menunjukkan pergeseran fokus dari sekadar mengelola informasi menjadi membangun relasi, yang menempatkan konsep *Government-Citizen Relationship* (GCR) sebagai aspek yang penting. Kualitas hubungan antara pemerintah dengan masyarakat, yang diukur melalui kepercayaan, kepuasan, dan komitmen, menjadi prediktor utama dalam menentukan apakah publik akan mendukung kebijakan pemerintah. Untuk itu, transparansi informasi publik yang berada sesuai ketentuan perundang-undangan tak bisa diabaikan dalam praktik komunikasi digital oleh *Government Cyber Public Relations*. Transparansi informasi publik ini juga ada kaitannya dengan penggunaan berbagai platform dan aplikasi.

Kedua, tema berfokus pada Partisipasi dan Interaksi Digital. Selain digunakan untuk

transparansi informasi publik, berbagai platform, *website*, atau aplikasi digunakan oleh praktik PR modern untuk meningkatkan partisipasi dan interaksi digital oleh publik. Sebagai contoh, di pemerintah DKI Jakarta menggunakan *website* jakarta.go.id sebagai *database* informasi dan beritajakarta.id sebagai portal berita resmi. Strategi ini tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga menyasarnya secara spesifik. Selain itu, humas Kementerian Kesehatan beradaptasi dalam penggunaan TikTok untuk menjangkau Generasi Z dengan mengikuti tren populer (seperti K-Pop dan Anime) guna menyisipkan pesan kebijakan vaksinasi (Sulfahmi & Hanathasia, 2022). Untuk isu yang lebih kompleks, seperti program iklim Kementerian LHK, strategi *Cyber PR* berfokus pada *richness in content*, yakni menggunakan beragam format baik itu video, infografis, atau podcast untuk menyederhanakan pesan teknis yang mereka bawa. Terdapat pula strategi pemisahan konten di mana informasi formal disampaikan melalui *website* (ppid.menlhk.go.id) dan konten informal melalui media sosial.

Platform digital kini tidak hanya berfungsi sebagai laman pengumuman, tetapi juga sebagai wadah aspirasi yang memfasilitasi *feedback* langsung dari masyarakat. Berbagai instansi pemerintah telah mengembangkan platform pengaduan terintegrasi sebagai wujud partisipasi publik. Contoh utama termasuk aplikasi JAKI milik Pemprov DKI Jakarta yang memiliki fitur JakLapor untuk mengirim keluhan dan JakRespons untuk memonitor tindak lanjut SKPD. Demikian pula, BKN mengelola LaporBKN! dan Pemkot Surabaya memiliki fitur Suara Masyarakat. Studi kasus di Jawa Barat, yakni Wa Kepo (WhatsApp Kebutuhan Informasi dan Pelayanan *Online*) di Kabupaten Sumedang, menunjukkan pemilihan platform berdasarkan pengguna terbanyak (WhatsApp) untuk memudahkan akses layanan. Sebaliknya, studi banding di Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dan Pemerintah Kota Payakumbuh menunjukkan bahwa tanpa platform aduan yang interaktif dan responsif, partisipasi publik tetap rendah dan platform tersebut masih tergolong Web 1.0. Informasi penggunaan berbagai platform dari beberapa literatur tersebut adalah upaya untuk meningkatkan partisipasi publik, menyampaikan pesan, dan membangun interaksi di ruang digital yang ke depannya akan bermanfaat bagi terjalinnya hubungan kuat antara pemerintah dengan publiknya.

Ketiga, tema yang muncul berkaitan dengan Manajemen Citra Pemerintah. Manajemen Citra adalah salah satu tujuan dari praktik *Government Cyber Public Relations* (GCPR). Melalui citra yang dibangun, kehadiran pemerintah adalah untuk dipercaya oleh warganya sehingga berbagai program yang dicanangkan mendapat restu dari publik. Berbagai studi kasus, mulai dari Pemkot Payakumbuh, Kabupaten Sumedang, hingga Pemprov DKI Jakarta, mengidentifikasi pembangunan citra positif sebagai tugas inti humas dalam upaya perwujudan *good governance*. Ditemukan bahwa humas memiliki tugas untuk menjaga reputasi dan bertindak sebagai ujung tombak dalam menumbuhkan citra positif. Platform digital seperti website dan media sosial adalah alat utama yang digunakan dalam strategi manajemen citra ini. Studi kasus Pemprov DKI Jakarta secara eksplisit meneliti model *Cyber PR* untuk membangun citra positif di mana platform digital menjadi sarana utama untuk meningkatkan citra institusi. Demikian pula, Humas Kementerian LHK menggunakan website dan media sosial untuk membangun reputasi dan Pemkot Surabaya menggunakan websitenya untuk membangun reputasi dan *brand*. Manajemen citra ini dilakukan secara proaktif melalui strategi konten yang spesifik. Tinjauan literatur (SLR) oleh An (2024) mengidentifikasi “Membangun Reputasi Perusahaan melalui Media Sosial” sebagai tema kunci, di mana platform seperti X (Twitter) dan Instagram digunakan untuk membentuk dan memperkuat citra merek organisasi. Strategi ini menuntut adaptasi pada audiens. Studi kasus Kemenkes dalam menjangkau Generasi Z adalah contoh lainnya, di mana penggunaan TikTok dinilai berhasil menciptakan persepsi positif dan bentuk citra positif baru. Konten yang adaptif dengan tren audiens muda ini dinilai berhasil mengelola citra Kemenkes.

Keempat, sekaligus tema terakhir ialah mencakup Tantangan Etika dan Keamanan Data dalam implementasi *Cyber PR*. Tantangan utama bukan hanya pada teknologi, tetapi pada adopsi pengguna dan literasi digital. Studi mengenai platform Wa Kepo di Sumedang menemukan bahwa meskipun platformnya inovatif, banyak masyarakat yang belum mengetahuinya. Untuk mengatasinya, Humas Sumedang harus menggunakan strategi komunikasi *offline* seperti sosialisasi ke berbagai instansi dan sekolah untuk mengedukasi publik. Tantangan eksternal

lainnya adalah maraknya disinformasi dan hoaks yang memaksa humas pemerintah (seperti BKN) untuk memiliki strategi mitigasi aktif. Dari perspektif etika, terdapat risiko transparansi ketika pemerintah tidak menggunakan GCPR, melainkan beralih ke *influencer* atau *buzzer* berbayar untuk mempromosikan kebijakan, seperti yang terjadi pada kasus Omnibus Law. Praktik ini mengaburkan batas antara informasi publik yang tulus dan propaganda berbayar, sehingga berpotensi merusak kepercayaan publik. Selain itu, penggunaan analitik data yang strategis juga menimbulkan kekhawatiran etis terkait keamanan dan privasi data pribadi warga. Secara keseluruhan, sintesis tematik ini menunjukkan bahwa platform digital seperti Sapawarga beroperasi dalam ekosistem komunikasi yang kompleks. Keberhasilannya tidak hanya diukur dari kecanggihan teknologi yang memudahkan akses informasi, tetapi juga dari kemampuannya membangun relasi dengan publik, mendorong partisipasi dengan komunikasi dua arah, dan mengatasi tantangan sosialisasi serta etika.

Discussion

Hubungan Hasil SLR dengan Teori Grunig

Model *Public Relations* yang digagas oleh Grunig (1984) mengidentifikasi empat model praktik PR, mulai dari Model Agen Pers dan Model Informasi Publik yang bersifat satu arah hingga Model Asimetris Dua Arah dan Model Simetris Dua Arah. Menurut Grunig (1984), Model Informasi Publik menjadi model yang paling banyak dilakukan terutama oleh pemerintah Barat saat itu. Pada masa orde baru di Indonesia, Model Informasi Publik pun dinilai menjadi model yang paling masif, tetapi seiring berjalannya perkembangan demokrasi, model dua arah pun menjadi model yang diterapkan oleh humas pemerintah (Kriyantono, *et al.*, 2017). Keempat model PR yang digagas Grunig tentu memiliki karakteristik tersendiri sesuai penjelasan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Empat Model Humas/*Public Relations*

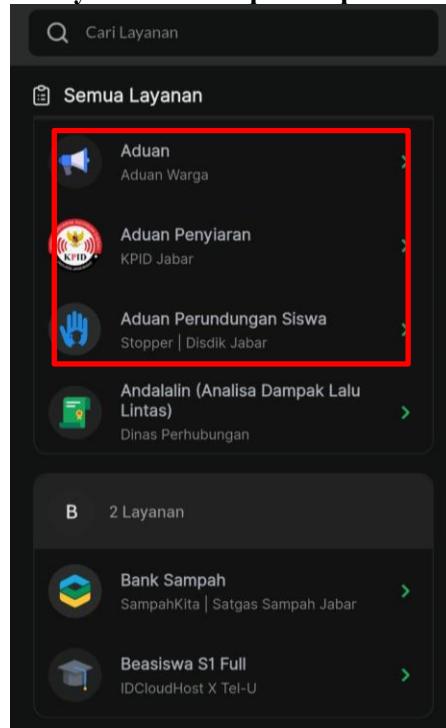
Ciri	Model			
	Agen Pers	Informasi Publik	Asimetris Dua Arah	Simetris Dua Arah
Tujuan	Propaganda	Penyebaran informasi	Persuasi ilmiah atau ajakan	Saling pengertian
Sifat Komunikasi	Satu arah, kebenaran yang lengkap tidak penting	Satu arah, kebenaran penting	Dua arah, efek tidak seimbang	Dua arah, efek yang seimbang
Model Komunikasi	Sumber ke penerima	Sumber ke penerima	Sumber ke penerima, penerima ke sumber	Kelompok ke kelompok

Sumber: Grunig (1984)

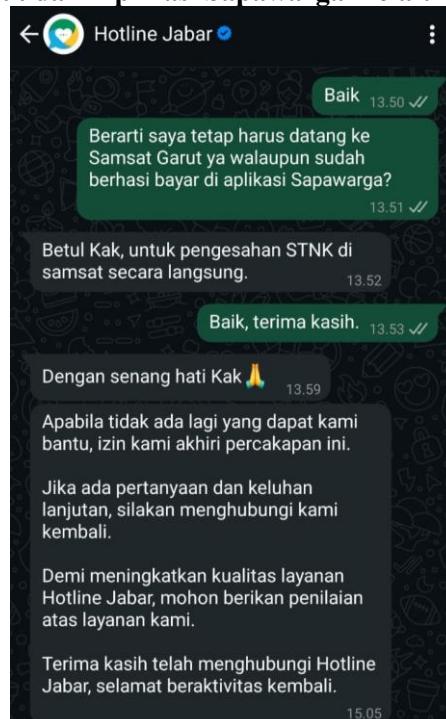
Model Agen Pers dan Model Informasi Publik bersifat satu arah sehingga dinilai tidak cocok dengan praktik *Government Cyber Public Relations* yang diterapkan pada komunikasi digital platform Sapawarga. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Government Cyber Public Relations* melalui program Sapawarga Pemerintah Jawa Barat merefleksikan pergeseran paradigma komunikasi publik dari model satu arah menjadi dua arah. Studi oleh Kriyantono *et al.* (2017) membuktikan bahwa tuntutan demokrasi dan transparansi informasi pasca-1998 telah mendorong humas pemerintah untuk mengadopsi model komunikasi dua arah, baik asimetris maupun simetris. Model dua arah dicirikan dengan adanya interaksi dan partisipasi dari publik dan humas pemerintah melalui komunikasi digital. Di dalam aplikasi Sapawarga, ada fitur layanan aduan warga, aduan penyiaran, hingga aduan perundungan siswa yang menjadi bukti nyata bahwa model komunikasi masyarakat kepada pemerintah dapat terfasilitasi. Tak hanya melalui aplikasi, pada media sosial Instagram Sapawarga pun setiap warga berhak memberi komentar, membagikan, ataupun memberikan pesan langsung kepada pihak humas pemerintah Jawa Barat secara terbuka. Untuk komunikasi dua arah yang bersifat

spesifik atau tindak lanjut khusus, warga Jawa Barat pun dapat menghubungi Hotline Jabar, yaitu narahubung pada aplikasi WhatsApp yang lebih responsif dan spesifik sebagai tindak lanjut dari aplikasi Sapawarga.

Gambar 3. Layanan Aduan pada Aplikasi Sapawarga



Gambar 4. Tindak Lanjut dari Aplikasi Sapawarga melalui WhatsApp Hotline Jabar



Gambar 5. Komunikasi Interaktif pada Instagram @sapawarga_jabar



Platform digital pemerintah seperti *website* dan aplikasi publik yang membuka ruang pengaduan dan informasi adalah implementasi dari prinsip keterbukaan informasi publik (Wiratmo, *et al.*, 2017; Hastuti & Susilowati, 2020). Hal ini sejalan dengan komunikasi dua arah antara warga dan pemerintah pada platform Sapawarga sebagai praktik kehumasan modern yang bercirikan bahwa warga bisa melapor, memberikan aspirasi, dan menilai layanan yang diberikan dengan memanfaatkan komunikasi digital. Namun, elemen Model Asimetris Dua Arah masih dinilai ada pada penerapan komunikasi digital di platform Sapawarga. Meskipun terjalin komunikasi dua arah, kendali komunikasi masih tetap dipegang oleh pemerintah. Menurut Grunig (1984), hal ini tergolong Model Asimetris Dua Arah di mana sifat komunikasinya masih tidak seimbang dan tujuan komunikasi didominasi oleh persuasi ilmiah atau ajakan.

Sejalan dengan studi banding terhadap *website* Pemprov Sumatera Barat oleh Yazid (2015) yang memberikan peringatan penting bahwa ketersediaan teknologi dua arah tidak secara otomatis menjamin praktik Model Simetris Dua Arah. Meskipun memiliki fitur *chat online* yang secara teoretis bersifat dua arah, platform tersebut dikategorikan sebagai Web 1.0 dan praktiknya masih asimetris karena *feedback* bersifat tertunda dan interaktivitasnya rendah. Untuk itu, komunikasi digital antara publik dan pemerintah melalui platform Sapawarga telah menerapkan komunikasi dua arah yang sejalan dengan praktik kehumasan modern. Namun, karena efek yang belum seimbang, model GCPR yang diperlakukan tergolong Model Asimetris Dua Arah. Tidak menutup kemungkinan jika kemudian terjadi pergeseran efek yang seimbang dan tujuannya berubah menjadi saling pengertian antara publik dan pemerintah, praktik GCPR pada platform Sapawarga bisa bergerak menuju Model Simetris Dua Arah.

Relevansi *Cyber PR* bagi Pemerintah Daerah

Teori *Cyber Public Relations* yang menekankan pentingnya integrasi teknologi informasi untuk memperluas akses komunikasi antara pemerintah dan masyarakat (Ningsih & Umarella, 2020) sudah diterapkan pada praktik komunikasi digital oleh platform Sapawarga. Hasil *review* dari beberapa literatur juga memperlihatkan bahwa inovasi serupa telah diterapkan di beberapa daerah lain, seperti Wa Kepo di Sumedang (Maulida & Nugraha, 2024) dan JAKI di Jakarta (Ningsih & Umarella, 2020) yang menunjukkan tren penguatan komunikasi publik berbasis aplikasi untuk meningkatkan transparansi, kecepatan pelayanan, dan partisipasi warga. Dengan demikian, studi ini mendukung perluasan kerangka teori *Cyber PR* yang menekankan pentingnya integrasi saluran digital dengan prinsip partisipasi publik, transparansi, dan akuntabilitas tata kelola (Bachtiar & Dafina, 2024). Secara praktis, hasil ini menjadi rujukan strategis bagi pemerintah daerah lain di Indonesia untuk mengembangkan inovasi serupa, memperkuat kapabilitas komunikasi digital, dan menjawab tantangan disrupsi informasi di era Revolusi Industri 4.0.

Dengan mengadopsi praktik *Cyber PR* berbasis aplikasi seperti platform Sapawarga, pemerintah

daerah dapat meningkatkan efektivitas pelayanan publik, membangun kepercayaan warga, serta menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih adaptif dan inklusif di tengah dinamika masyarakat digital (Erliansyah & Yohana, 2017). Platform Sapawarga dapat diinterpretasikan sebagai bukti adaptasi konsep *Government PR* ke dalam ekosistem digital, mendukung prinsip keterbukaan informasi publik dan *good governance*. Interpretasi ini juga mengonfirmasi relevannya model komunikasi dua arah dalam praktik *Cyber PR* pemerintah daerah Indonesia (Kriyantono *et al.*, 2017), sekaligus memberikan dasar bagi kajian akademik mengenai transformasi peran humas pemerintah di era digital menuju komunikasi dua arah. Singkatnya, *Cyber PR* di dalam pemerintahan telah digunakan sebagai alat untuk mewujudkan prinsip-prinsip *good governance*, yakni transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik.

Implikasi Etis dan Sosial dari Praktik *Government Cyber PR*

Praktik *Government Cyber PR* tidak terlepas dari implikasi etis dan sosial yang menjadi tantangan dalam penerapannya. Implikasi sosial yang paling mungkin untuk ditemui adalah kesenjangan digital. Keberhasilan platform digital di tengah masyarakat bergantung pada asumsi bahwa publik memiliki akses dan literasi digital yang memadai. Namun, studi kasus Wa Kepo di Sumedang membuktikan bahwa asumsi tersebut bisa keliru. Ditemukan bahwa banyak masyarakat, bahkan ASN, yang belum mengetahui atau memahami cara menggunakan layanan digital tersebut. Hal ini membuat Humas Pemkab Sumedang untuk menerapkan strategi komunikasi *offline* sosialisasi ke sekolah-sekolah, kantor kecamatan, dan melibatkan mahasiswa KKN untuk mengedukasi publik tentang cara menggunakan layanan *online* Wa Kepo. Penelitian Prastowo *et al.* (2019) pun menyampaikan bahwa dalam praktik PR, pemerintah pun harus menggunakan pendekatan *two-step flow* melalui tokoh formal. Ini pun menyoroti tantangan besar bagi platform Sapawarga yang ditujukan untuk seluruh warga provinsi Jawa Barat. Penggunaan teknologi komunikasi digital melalui aplikasi perlu dibarengi dengan kemampuan literasi digital masyarakat yang memadai. Dari sisi etika, tantangan lainnya adalah pada autentisitas dan transparansi. Terdapat risiko di mana pemerintah mengabaikan fungsi GCPR-nya sendiri dan beralih menggunakan *influencer* atau *buzzer* berbayar untuk mempromosikan kebijakan. Studi kasus sosialisasi Omnibus Law menunjukkan praktik ini secara nyata, di mana *influencer* direkrut untuk membangun opini positif dan menekan suara penolakan di media sosial (Fadillah & Wibowo 2022). Praktik ini secara etis telah menjadi bermasalah. Pertama, ini mengaburkan batas antara informasi publik dan propaganda berbayar, karena publik tidak diberi tahu bahwa pesan tersebut adalah *commercial public campaign*. Kedua, praktik ini mencederai prinsip *Good Governance*, karena alih-alih transparan dan membuka ruang dialog, pemerintah justru membeli persetujuan publik dan berpotensi membatasi kebebasan berpendapat. Penelitian Chon & Chung (2024), meskipun secara spesifik mengangkat isu tertentu dan berlatar di luar Indonesia, pendapatnya yang mengemukakan bahwa membangun hubungan jangka panjang antara pemerintah dan warga adalah tujuan utama humas pemerintah ada benarnya. Pemerintah perlu menjaga strategi yang dipraktikannya agar tetap berada pada etika. Pemerintah pun jangan sampai tergiur oleh keuntungan sesaat dengan libatan *influencer* atau *buzzer* yang kelak berdampak pada kepercayaan publik di masa yang akan datang.

Implikasi etis terakhir adalah keamanan dan privasi data. Ketika platform Sapawarga mengumpulkan data warga baik untuk layanan kependudukan maupun untuk laporan pengaduan, muncul tanggung jawab etis yang besar untuk melindungi data tersebut. Oleh karena itu, pemerintah perlu memastikan bahwa inovasi komunikasi digital melalui platform Sapawarga dilengkapi kebijakan perlindungan data yang kuat, literasi digital warga yang memadai, dan mekanisme pengawasan yang transparan. Dengan demikian, penguatan etika dalam pengelolaan *Cyber Public Relations* tidak hanya menjamin keamanan data pengguna, tetapi juga memelihara kepercayaan publik sebagai prasyarat keberhasilan komunikasi pemerintah di era digital.

Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini berhasil menyusun sintesis yang komprehensif melalui pendekatan *Systematic Literature Review* dengan protokol PRISMA, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicatat dan menjadi pertimbangan dalam menafsirkan hasil. Pertama, ruang lingkup literatur yang dianalisis sebagian besar didominasi oleh studi-studi kualitatif berbasis studi kasus pada konteks lokal tertentu, sehingga penelitian ini tidak digunakan untuk generalisasi ke wilayah lain yang memiliki karakteristik sosial, budaya, dan infrastruktur digital berbeda. Untuk itu, perlu penelitian lebih lanjut jika tujuan penelitian adalah untuk melihat generalisasi dengan menggunakan studi kuantitatif. Kedua, keterbatasan sumber pustaka yang sebagian besar berfokus pada deskripsi praktik tanpa evaluasi kuantitatif mendalam mengindikasikan bahwa masih terdapat potensi untuk menggali data empiris berbasis persepsi masyarakat atau indikator kinerja terukur. Hal ini dapat memengaruhi kedalaman analisis dalam menilai efektivitas *Cyber Public Relations* secara objektif. Selain itu, risiko bias publikasi juga menjadi tantangan tersendiri karena hanya literatur yang sesuai kriteria yang diteliti pada penelitian ini. Dengan demikian, keterbatasan tersebut menegaskan perlunya validasi temuan melalui pendekatan multi-metode pada penelitian selanjutnya agar hasil kajian dapat memperkuat akurasi dan relevansi kontribusi ilmiah di bidang *Government Cyber PR* khususnya dalam meneliti platform Sapawarga secara lebih mendalam.

Conclusion

Penelitian ini memiliki kontribusi utama terhadap penguatan konsep *Cyber Public Relations* di tatanan pemerintah daerah di Indonesia yang masih jarang dikaji dengan pembubuhan istilah *Government Cyber Public Relations* secara eksplisit. Berdasarkan hasil *Systematic Literature Review* dengan pendekatan PRISMA, penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik *Government Cyber Public Relations* melalui platform Sapawarga di Jawa Barat merepresentasikan transformasi strategi komunikasi publik dari model konvensional menjadi model digital yang interaktif, partisipatif, dan transparan. Temuan ini menegaskan bahwa Sapawarga berperan penting sebagai sarana komunikasi dua arah yang mampu mendekatkan hubungan antara pemerintah daerah dengan masyarakat, memperluas akses informasi, serta mendukung prinsip *good governance*. Walaupun komunikasi digital platform Sapawarga tergolong Model Asimetris Dua Arah karena dominasi masih terletak pada peran pemerintah dan tujuan GCPR bersifat persuasi, ke depannya tidak menutup kemungkinan jika terjadi pergeseran menuju Model Simetris Dua Arah. Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada penguatan konsep *Cyber PR* di ranah pemerintahan daerah Indonesia yang sebelumnya masih didominasi konteks pusat atau korporasi. Namun demikian, penelitian ini juga mencatat adanya keterbatasan dalam hal dominasi studi kualitatif, potensi bias publikasi, serta keterbatasan data primer empiris, sehingga untuk membuat generalisasi hasil perlu diuji lebih lanjut melalui pendekatan penelitian multi-metode dan penelitian lintas wilayah.

Berdasarkan keterbatasan yang teridentifikasi, penelitian ini merekomendasikan beberapa catatan untuk penelitian mendatang. Pertama, perlu dilakukan penelitian empiris berbasis survei kuantitatif yang secara langsung menggali persepsi, kepuasan, dan tingkat partisipasi warga terhadap penggunaan aplikasi Sapawarga di Jawa Barat, sehingga efektivitas komunikasi digital pemerintah dapat diukur secara lebih objektif dan terukur. Kedua, studi komparatif lintas daerah juga relevan untuk mengidentifikasi perbedaan strategi, tantangan, dan inovasi *Cyber PR* antara pemerintah daerah dengan tingkat digitalisasi berbeda, sebagaimana diisyaratkan oleh variasi praktik pada beberapa daerah di Indonesia. Ketiga, penelitian mendatang juga disarankan untuk mengeksplorasi integrasi *Cyber PR* dengan teknologi pendukung seperti *big data analytics* dan kecerdasan buatan (AI) guna mendukung strategi komunikasi publik yang lebih adaptif dan prediktif. Dengan pendekatan lintas disiplin semacam ini, diharapkan lahir model konseptual dan instrumen evaluasi baru yang dapat menjadi rujukan kebijakan komunikasi digital pemerintah daerah di masa depan.

References

Buku

Chatra, E. & Nasrullah, R. (2008). *Public Relations: Strategi Kehumasan dalam Menghadapi Krisis*. Bandung: Penerbit Maximalis.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston S

Khotimah, N. K. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial oleh Praktisi Humas Pemerintah di Indonesia*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.

Artikel jurnal dengan DOI

An, R. (2024). The Role of digital media in shaping public relations: developing successful online communication strategies for Enterprises. *Journal of Advances in Humanities Research*, 3(3), 51–68. <https://doi.org/10.56868/jadhur.v3i3.246>.

Argarini, F., & Andamisari, D. (2022). Strategi *cyber public relations* PT Gojek Indonesia. *Jurnal Mahardika Adiwidya*, 1 (1), 68-74. <https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwida.v1i1.464>.

Bachtiar, W., & Dafina, K. (2024). Analysis of cyber public relations in disseminating Indonesia's FOLU net sink 2030 actions. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 7 (7), 3122-3129. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i07-08>.

Chon, M.-G., & Chung, A. (2024). Driving climate action via government public relations: the role of government-citizen relationships and situational perceptions. *Journal of Public Relations Research*, 36(5), 407–425. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2024.2354177>.

Dunan, A., & Mudjiyanto, B. (2020). The Republic of Indonesia government public relations communication strategy in the era of the industrial revolution 4.0. *Journal of Southeast Asian Studies*, 25 (1), 58-78. <https://doi.org/10.22452/jati.vol25no1.4>.

Fadillah, D., & Wibowo, A. A. (2022). The Fall of Public Relations Officer and the Rise of Influencer in the Indonesian Government. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 19–33. <https://doi.org/10.14421/pjk.v15i1.2201>.

Hastuti, D. A. S., & Susilowati, E. (2020). Cyber public relations Diskominfo Kabupaten Klaten dalam optimalisasi layanan informasi publik. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 01(01), 41–57. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.2401>.

Kriyantono, R., & McKenna, B. (2017). Developing a culturally-relevant public relations theory for Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33 (1), 1-16. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2017-3301-01>.

Maulida, R. W. & Nugraha, A. R. (2024). Strategi humas pemerintah Kabupaten Sumedang dalam mensosialisasikan layanan digital “Wa Kepo”. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1 (12), 141-153. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12208110>.

Ningsih, H., & Umarella, F. (2020). Cyber public relations model in building a positive image of local government. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 7 (12), 121-134. <https://doi.org/10.14738/ASSRJ.712.9398>.

Nurjannah, A., Ishak, A., & Şakir (2019). Implementation of e-government public relations for disaster communication. *Proceedings of the 1st Annual Internatioal Conference on Social Sciences and Humanities (AICOSH 2019)*, 339 (1), 43-47. <https://doi.org/10.2991/aicosh-19.2019.10>.

Suhendri. (2017). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Dan Komunikasi Antarpribadi

Terhadap Kinerja Pegawai Yayasan Ar-Risalah Al-Khairiyah Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Islam*, 2 (1).

Sulfahmi, R., & Hanathasia, M. (2022). Implementation of image management with cyber public relations to Generation Z by government organization. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 5 (12), 3484-3489. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i12-05>.

Susanti, T., Anom, E., & Iswadi, I. (2023). Optimizing public communication in the digital era: a case study of the ministry of communication and information technology in Indonesia. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 11 (2), 144-149. <https://doi.org/10.12928/channel.v11i2.468>.

Artikel jurnal pada website

Erliansyah, B., & Yohana, N. (2017). Manajemen pengelolaan cyber public relations dalam mewujudkan good governance pemerintah Kota Payakumbuh. *JOM FISIP*, 4 (2), 1-13. Diambil dari: <https://media.neliti.com/media/publications/185105-ID-manajemen-pengelolaan-cyber-public-relat.pdf>

Kriyantono, R., Amrullah, A., & Destriy, N. A. (2017). The model of public relations practices in Indonesia. *Global Journal of Business and Social Science Review*, 5 (3), 194-199. Diambil dari:

[https://web.archive.org/web/20200602020715/http://gatreenterprise.com/GATRJournals/pdf_files/GJBSSR%20Vol%205\(3\)%202017/22.Rachmat-GJBSSR-Vol5\(3\).pdf](https://web.archive.org/web/20200602020715/http://gatreenterprise.com/GATRJournals/pdf_files/GJBSSR%20Vol%205(3)%202017/22.Rachmat-GJBSSR-Vol5(3).pdf)

Prastowo, F. X. A. A., Sjoraida, D. F., & Budiana, H. R. (2019). The role of government public relations to development in West Java by using social mapping. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 8(09), 1873–1878. www.ijstr.org. Diambil dari: <https://www.ijstr.org/final-print/sep2019/The-Role-Of-Government-Public-Relations-To-Development-In-West-Java-By-Using-Social-Mapping.pdf>

Wiratmo, L. B., Irfan, N., & Kuwatono, K. (2017). Website pemerintah daerah sebagai sarana online public relations. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 326–339. Diambil dari: <https://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/139>

Yazid, T. P. (2015). Implementasi cyber public relations melalui pengelolaan website pemerintah provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 160–173. Diambil dari: <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/3345>