



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025 Page 676-685

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Membangun Citra Positif Polres Metro Jakarta Barat pada Sosial Media *Instagram* @polres\_Jakbar

Khoiriyah Nur Komalasari<sup>1✉</sup>, Halomoan Harahap<sup>2</sup>

Universitas Esa Unggul

Email: [khoiriyahnurkomalasari@student.esaunggul.ac.id](mailto:khoiriyahnurkomalasari@student.esaunggul.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Dibandingkan dengan implementasi *Cyber Public Relations* pada sosial media *Instagram* Polres Metro lainnya, implementasi *Cyber Public Relations* Polres Metro Jakarta Barat memiliki keunggulan seperti mempunyai program Polri TV pada konten video reels di sosial media *Instagram* @polres\_jakbar. Tidak hanya itu saja @polres\_jakbar juga mempublikasikan banyak informasi seperti kegiatan dan program kepolisian, informasi mengenai orang hilang, press release, ucapan hari-hari besar, quotes atau kenaikan jabatan dan tentunya terdapat konten video edukasi yang dikemas dengan menarik kolaborasi bersama beberapa *influencer*, tentunya disetiap konten yang dipublikasikan dengan infografis yang mudah untuk dipahami dan menggunakan visual yang mendukung hal ini selaras dengan penghargaan karya fotografi inspiratif, penghargaan viralisasi dan narasi kepada Humas Polres Metro Jakarta Barat. Pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dan bersifat deskriptif, dengan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa proses implementasi *Cyber Public Relations* Polres Metro Jakarta Barat di sosial media *Instagram* menggunakan program PR 7C, yaitu *credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channel, dan capability of the audience*. Implementasi *Cyber Public Relations* di *Instagram* telah memberikan dampak positif bagi perubahan citra Polres Metro Jakarta Barat.

Kata Kunci: *Implementasi, Cyber Public Relations, Sosial Media, Instagram, Citra*

## Abstract

Compared to the implementation of Cyber Public Relations on other Metro Police Instagram social media, the implementation of Cyber Public Relations of West Jakarta Metro Police has advantages such as having a Polri TV program on video reels content on Instagram social media @polres\_jakbar. Not only that, @polres\_jakbar also publishes a lot of information such as police activities and programs, information about missing people, press releases, holiday greetings, quotes or promotions and of course there is educational video content that is attractively packaged in collaboration with several influencers, of course, every content published with infographics that are easy to understand and use supporting visuals, this is in line with the inspirational photography award, viralization and narrative awards to the Public Relations of West Jakarta Metro Police. Qualitative approach with case study research type and descriptive in nature, with data obtained through interviews, observation, and documentation analysis. The results show that the implementation process of Cyber Public Relations of West Jakarta Metro Police on Instagram social media uses the 7C PR program, namely credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channel, and capability of the audience. The implementation of Cyber Public Relations on Instagram has had a positive impact on changing the image of West Jakarta Metro Police.

Keywords: *Implementation, Cyber Public Relations, Social Media, Instagram, Image*

## PENDAHULUAN

Hadirnya *Public Relations* dalam sebuah instansi ataupun organisasi memang sangat penting. *Public Relations* merupakan suatu aktivitas timbal balik dari sebuah lembaga dengan publiknya untuk bisa menciptakan, membina dan memelihara ikatan baik antara organisasi dengan publiknya, dengan maksud untuk bisa membiasakan dirinya pada kondisi sekitar dan memperkenalkan dirinya kepada masyarakat, sehingga akan menimbulkan opini publik yang menguntungkan. *Public Relations* bertujuan untuk menanamkan serta mendapatkan pengertian, keyakinan, dan penghargaan dari publik.

Pengaruh teknologi komunikasi terhadap *Public Relations* bisa berbentuk alat ataupun media *Public Relations* atau suatu bentuk baru untuk aktivitas PR, yang biasa disebut dengan istilah *Cyber Public Relations*, PR online, Net PR sebagai bentuk aktivitas atau bidang kajian PR dalam dunia *Cyber* (dunia maya). Instansi dan organisasi yang memakai internet akan mengalami pertumbuhan pesat di tengah-tengah masyarakat. Informasi yang semakin heterogen dan bisa menjangkau khalayak sasaran lebih besar. Pola komunikasi *Public Relations* yang sebelumnya memakai media konvensional atau pola komunikasi massa sudah diganti dengan pola yang lebih aktual setelah adanya internet.

Dibandingkan dengan implementasi *Cyber Public Relations* pada sosial media *Instagram* Polres Metro Jakarta Utara, Polres Metro Jakarta Pusat, Polres Metro Jakarta

Timur, dan Polres Metro Jakarta Selatan, implementasi *Cyber Public Relations* Polres Metro Jakarta Barat memiliki keunggulan seperti mempunyai program Polri TV pada konten video reels di sosial media *Instagram* @polres\_jakbar. Tidak hanya itu saja @polres\_jakbar juga mempublikasikan banyak informasi seperti kegiatan dan program kepolisian, informasi mengenai orang hilang, *press release*, ucapan hari-hari besar, quotes atau penaikan jabatan dan tentunya terdapat konten video edukasi yang dikemas dengan menarik kolaborasi bersama beberapa *influencer*, tentunya disetiap konten yang dipublikasikan dengan infografis yang mudah untuk dipahami dan menggunakan visual yang mendukung hal ini selaras dengan penghargaan karya fotografi inspiratif, penghargaan viralisasi dan narasi kepada Humas Polres Metro Jakarta Barat. Hal ini menjadi alasan mengapa Polres Metro Jakarta Barat menjadi objek penelitian.

Di era digital, peran platform sosial media menjadi semakin penting dalam membentuk persepsi dan reputasi publik (Asnita et al., 2024). Platform sosial media seperti *Instagram* telah mendapatkan popularitas luar biasa dan telah menjadi alat yang berpengaruh untuk komunikasi, penyebaran informasi, dan proses untuk membangun citra. Dalam konteks penegakan hukum, sangat penting bagi institusi seperti Polres Metro Jakarta Barat untuk menjaga citra positif dan menjalin hubungan yang kuat dengan masyarakat yang mereka layani. Hal ini sangat penting mengingat tantangan dan persepsi negatif yang sering dihadapi lembaga penegak hukum. Dengan menerapkan *Cyber Public Relations*, Polres Metro Jakarta Barat bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan sosial media, khususnya *Instagram* untuk secara efektif terlibat dengan publik, membangun kepercayaan, dan meningkatkan reputasi mereka. Penggunaan platform sosial media seperti *Instagram*, dapat memberikan kesempatan baik bagi Polres Metro Jakarta Barat untuk memberikan informasi, mengkomunikasikan berbagai program dan kegiatan mereka, dan menyoroti kontribusi positif yang mereka berikan kepada masyarakat.

Berlandaskan pemaparan diatas, peneliti tertarik dalam meneliti terkait lebih dalam mengenai Implementasi *Cyber Public Relations* pada sosial media *Instagram* @polres\_jakbar untuk membangun citra positif. Subjek penelitian ini yakni Humas Polres Metro Jakarta Barat. Untuk itu, penelitian ini diberi judul "Implementasi *Cyber Public Relations* Dalam Membangun Citra Positif Polres Metro Jakarta Barat Pada Sosial Media *Instagram* @polres\_jakbar".

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Menurut John W. Creswell (2014), pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif subjek yang terlibat dalam konteksnya, yang memungkinkan peneliti untuk mendalami pengalaman dan pandangan peserta penelitian secara lebih mendalam. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian ini dapat mengeksplorasi implementasi Cyber Public Relations di Polres Metro Jakarta Barat dengan cara yang lebih holistik dan mendalam, sesuai dengan tujuan penelitian untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan Humas dan pengelola media sosial, serta lima followers Instagram @polres\_jakbar. Wawancara mendalam ini memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif dan pengalaman individu terkait dengan implementasi Cyber Public Relations secara lebih rinci. Seperti yang diungkapkan oleh Spradley (1980), wawancara mendalam adalah teknik yang efektif untuk memahami makna yang diberikan oleh partisipan terhadap pengalaman mereka. Selain itu, observasi partisipatif di lingkungan Polres Metro Jakarta Barat juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran langsung tentang bagaimana Cyber Public Relations dijalankan di dalam organisasi tersebut. Observasi ini, menurut Angrosino (2007), memberikan peneliti kesempatan untuk mengamati perilaku dalam konteks alami dan langsung, sehingga bisa mendapatkan data yang lebih otentik mengenai praktik di lapangan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang mengacu pada model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (1992). Dalam model ini, data dianalisis secara iteratif, dengan proses reduksi data yang berkesinambungan, penyajian data yang sistematis, dan penarikan kesimpulan yang berfokus pada verifikasi temuan. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang lebih dalam dari data yang dikumpulkan, serta untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh relevan dan akurat.

Penelitian ini juga menggabungkan penelitian kualitatif dengan data deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi atau situasi tertentu yang ada di lapangan. Seperti yang dijelaskan oleh Burhan Bungin (2010), penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara rinci dan mendalam, meringkas berbagai kondisi yang terjadi di objek penelitian. Dalam hal ini, penelitian ini berfokus pada bagaimana Cyber

Public Relations digunakan oleh Polres Metro Jakarta Barat untuk membangun citra positif di Instagram @polres\_jakbar.

Terakhir, dalam penelitian ini digunakan triangulasi metode dan triangulasi sumber. Triangulasi metode, menurut Denzin (1978), merupakan teknik yang digunakan untuk meningkatkan validitas hasil penelitian dengan memanfaatkan berbagai metode pengumpulan data. Sementara itu, triangulasi sumber mengacu pada penggunaan berbagai sumber informasi untuk mengonfirmasi temuan, sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dan terpercaya. Dengan menggunakan kedua triangulasi ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih valid dan mendalam mengenai implementasi Cyber Public Relations di Polres Metro Jakarta Barat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polres Metro Jakarta Barat dalam melakukan implementasi *Cyber Public Relations* dalam membangun citra positif di sosial media *Instagram* menggunakan program PR rumus 7C. Berdasarkan wawancara dan observasi, program PR rumus 7C dari implementasi *Cyber Public Relations* Polres Metro Jakarta Barat yang diidentifikasi meliputi:

1. *Credibility* (Kredibilitas)

Humas Polres Metro Jakarta Barat tidak hanya melakukan sosialisasi saja, tetapi mengemas & mengedukasi dengan konten yang menarik, akurat, cepat dan terpercaya.

2. *Context* (Konteks)

Anandhita et al., (2014) menjelaskan bahwa *context* merupakan desain dan layout dari situs tersebut. Dengan kata lain *context* (konteks) dapat diukur dengan desain dari suatu pesan atau informasi, misalnya metode penyampaian serta *gimmick* yang diberikan ketika akan menyampaikan sebuah pesan atau informasi. Hal tersebut senada dengan yang dilakukan oleh Humas Polres Metro Jakarta Barat yaitu merancang desain, layout, visual, infografis, watermark sebagai ciri khas konten sosial media @polres\_jakbar. Lalu mengajak kolaborasi *influencer* untuk mengkampanyekan beberapa program Polres Metro Jakarta Barat.

3. *Content* (Isi)

*Content* (isi) terlihat dari isi pesan yang disampaikan, karna pada umumnya orang akan memilih item informasi yang menjanjikan manfaat yang besar bagi mereka Anandhita et al., (2014). Penjelasan tersebut tentu selaras dengan yang dilakukan oleh Humas

Polres Metro Jakarta Barat, di dalam publikasi informasi kontennya harus memiliki relevansi dengan kebutuhan & kepentingan masyarakat, informasi yang dipublikasikan bersifat aktual, kemudian visual & penyampaian pesannya bisa mudah dipahami.

4. *Clarity* (Kejelasan)

Pesan harus disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dengan komunikan. Isu-isu kompleks harus dipadukan ke dalam tema, slogan, atau *stereotype* yang sederhana dan jelas. Pesan seharusnya lebih sederhana seiring jarak pesan yang akan dikirim. Temuan lapangan menunjukkan bahwa kejelasan dari sebuah pesan yang dipublikasikan melalui sosial media *Instagram* @polres\_jakbar cukup mudah dipahami dan diterima, infografis dan ditambahkan dengan visual yang digunakan sudah cukup bisa menjelaskan mengenai apa saja yang terjadi atau kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan oleh Polres Metro Jakarta Barat cukup detail dan dibuat dengan bahasa yang sederhana.

5. *Continuity and Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi)

Kontinuitas yang dilakukan oleh Humas Polres Metro Jakarta Barat yaitu mereka terus berinteraksi dengan pengikut *Instgaram* @polres\_jakbar melalui komentar, pesan langsung, dan fitur tanya jawab. Hal ini menunjukkan bahwa Polres Metro Jakarta Barat peduli dengan audiens mereka dan berusaha membangun hubungan yang baik. Selain itu Polres Metro Jakarta Barat menjalankan kampanye *Cyber Public Relations* yang berkelanjutan tentang isu-isu penting seperti pencegahan kejahatan, keselamatan lalu lintas, dan penanggulangan narkoba. Kampanye ini tidak hanya bersifat sesaat, tetapi terus diulang dan diperbarui untuk memastikan pesan mereka sampai kepada masyarakat. Kemudian untuk konsistensi yang dilakukan Polres Metro Jakarta Barat dalam mengimplementasikan *Cyber Public Relations* di sosial media *Instagram* yaitu dengan cara berusaha konsisten membangun citra positif kepolisian melalui konten mereka. Humas Polres Metro Jakarta Barat menampilkan sisi humanis polisi, kegiatan sosial, dan keberhasilan dalam mengungkap kasus kejahatan.

6. *Channel* (Saluran)

Saluran dan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi sangat penting dalam proses komunikasi. Komunikator harus menggunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh publik sebagai sasaran utama dalam mendapatkan informasi. Saluran yang berbeda punya efek berbeda dan efektif pada tingkat yang berbeda-beda pada saat distribusi pesan (proses penyebaran

pesan). Tentunya ada berbagai macam saluran sosial media yang digunakan oleh Polres Metro Jakarta Barat dalam mengimplementasikan *Cyber Public Relations*, namun *Instagram* sebagai salah satu media yang dipilih tepat untuk bisa mempublikasikan informasi.

#### 7. *Capability of the Audience* (Kemampuan Komunikasi)

*Capability of the audience* dibuktikan dengan media komunikasi dan pesan yang disampaikan pada program menyesuaikan kemampuan khalayak (Perbawasari et al., 2016). Polres Metro Jakarta Barat selalu mengupayakan menyampaikan informasi dengan jelas, lugas agar mudah dipahami oleh masyarakat untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman.

Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa hambatan yang dihadapi dalam implementasi *Cyber Public Relations*, antara lain kurangnya sumber daya manusia yang tersedia sering kali menjadi hambatan dalam memproduksi konten yang konsisten dan berkualitas tinggi, serta merespons interaksi masyarakat secara *real-time*. Selain itu hasil analisis menunjukkan bahwa dengan hambatan tersebut membuat respons terhadap komentar atau pesan di *Instagram* mungkin tidak secepat yang diharapkan oleh masyarakat.

Selain itu, hambatan dalam pelaksanaan implementasi *Cyber Public Relations* yaitu informasi palsu (*hoax*) dan juga komentar negatif dari masyarakat terhadap instansi kepolisian. Observasi menunjukkan bahwa tidak jarang Polres Metro Jakarta Barat mendapatkan hambatan dengan informasi palsu dan juga mendapatkan komentar negatif, tentunya hal ini berdampak dengan kepercayaan masyarakat mengenai informasi yang disampaikan Polres Metro Jakarta melalui sosial media Instagram.

Hambatan lain terletak pada kecepatan perkembangan informasi yang terjadi, meskipun Polres Metro Jakarta Barat sudah mengikuti perkembangan era digital tentunya dengan kecepatan perkembangan informasi yang beredar menjadi sebuah hambatan untuk Polres Metro Jakarta Barat dalam implementasi *Cyber Public Relations* di sosial media *Instagram* jika tidak ditindak dengan cepat, karena tentunya akan menjadi asumsi negatif di masyarakat.

Lalu pada hambatan terakhir yaitu di kendala waktu dalam implementasi *Cyber Public Relations*. Dalam implementasi sebuah informasi tentu akan membutuhkan banyak waktu untuk bisa memastikan bahwa konten yang diunggah sudah bisa melewati proses verifikasi yang baik dengan tim.

Di era digital saat ini, sosial media telah menjadi platform penting bagi organisasi, termasuk kepolisian, untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan publik. Polres Metro

Jakarta Barat, sebagai bagian dari Kepolisian Republik Indonesia, memanfaatkan *Instagram* sebagai salah satu saluran komunikasi utama mereka. Dalam implementasi *Cyber Public Relations* di *Instagram*, Polres Metro Jakarta Barat menggunakan teori informasi organisasi sebagai landasan dasar menganalisis implementasi informasi di sosial media Instagram.

Melalui pendekatan teori informasi organisasi, Polres Metro Jakarta Barat berhasil mengimplementasikan *Cyber Public Relations* di *Instagram* dengan strategi yang dinamis dan adaptif. Dengan menghadirkan informasi yang cepat, relevan, dan akurat, kepercayaan publik terhadap kepolisian semakin meningkat, menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara aparat dan masyarakat di era digital. Implementasi *Cyber Public Relations* oleh Polres Metro Jakarta Barat di Instagram dengan teori informasi organisasi Karl Weick Polres Metro Jakarta Barat menggunakan sosial media sebagai alat untuk menciptakan makna, mengurangi ketidakpastian, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Proses ini mencerminkan bagaimana organisasi dapat mengelola informasi dalam lingkungan yang kompleks dan dinamis.

Hal ini selaras dengan implementasi *Cyber Public Relations* dalam teori informasi organisasi Karl Weick mengembangkan suatu pendekatan untuk menggambarkan proses ketika sebuah organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang mereka terima. Dari pendekatan yang telah dilakukan Karl Weick dapat dilihat bahwa faktor terpenting yaitu pada proses mengorganisasikan (Khadafi et al., 2024). Fokus perhatian di dalam teori ini yaitu dari pertukaran informasi yang terjadi di dalam organisasi dan bagaimana cara anggota tersebut mengambil langkah untuk bisa memahami informasi yang ada di lingkungannya (Basuki, 2023).

Setelah Polres Metro Jakarta Barat mengimplementasikan *Cyber Public Relations* di sosial media *Instagram*, terjadi perubahan citra yang signifikan di mata masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan kepolisian untuk lebih terbuka, responsif, dan interaktif dalam menyampaikan informasi, membangun kedekatan, serta menanggapi keluhan atau aspirasi publik secara lebih cepat dan transparan. Melalui implementasi *Cyber Public Relations* yang efektif, Polres Metro Jakarta Barat berhasil menciptakan hubungan yang lebih humanis dengan masyarakat. Konten yang edukatif, informatif, serta berbasis engagement tinggi seperti update terkait keamanan, tips preventif, serta respons cepat terhadap isu-isu krusial mampu meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu, kampanye positif yang dikemas secara menarik berhasil mengubah persepsi masyarakat terhadap kepolisian yang sebelumnya mungkin dianggap kaku dan birokratis menjadi lebih modern, profesional, dan dekat dengan masyarakat.

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam ranah kepolisian tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra institusi yang lebih positif dan terpercaya. Dengan terus mengembangkan implementasi *Cyber Public Relations* yang inovatif, Polres Metro Jakarta Barat dapat semakin memperkuat hubungan baik dengan masyarakat dan mewujudkan pelayanan kepolisian yang lebih transparan, humanis, serta sesuai dengan tuntutan era digital. Secara keseluruhan, implementasi *Cyber Public Relations* di *Instagram* telah memberikan dampak positif pada tingkat kepercayaan publik terhadap Polres Metro Jakarta Barat. Masyarakat menjadi lebih percaya dan simpati terhadap kinerja kepolisian. Hal ini tentunya berdampak pada peningkatan partisipasi masyarakat dalam menjaga keamanan dan ketertiban lingkungan.

### SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada prinsipnya Polres Metro Jakarta Barat telah berhasil mengimplementasikan *Cyber Public Relations* secara efektif melalui media sosial Instagram. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Polres Metro Jakarta Barat tidak hanya menyampaikan informasi kepada masyarakat tetapi juga membangun komunikasi dua arah yang interaktif dan transparan. Keberhasilan implementasi *Cyber Public Relations* ini didukung oleh penerapan program PR 7C, yang mencakup: *credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channel, dan capability of the audience*.

Namun meskipun sudah baik dalam mengimplementasikan *Cyber Public Relations* terdapat beberapa hambatan yang dialami oleh Humas Polres Metro Jakarta Barat yaitu kurangnya sumber daya manusia, informasi palsu (hoax), kecepatan perkembangan informasi di sosial media dan juga waktu.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anandhita, Z. R., Kertahadi, & Suyadi, I. (2014). Analisis atas desain website ecommerce pada ZGS Game Shop (Studi Kasus Pengguna Website Pada Mahasiswa di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 1-9. Universitas Brawijaya.
- Asnita, R., Tessa, N., Putri Azzura, I., Saragih, F., Zikri, F., & Qanita, A. (2024). Strategi manajemen public relations dalam membangun reputasi korporat di industri penerbangan Indonesia (Vol. 1, Issue 1).

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

- Basuki, N. (2023). Artikel Mengoptimalkan Modal Manusia: Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia yang Efektif Untuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 182–192.
- Bungin, B. (2010). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik. Kencana*.
- Burhan Bungin. (2010). *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (hal. 92). PT Raja Grafindo.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations* (9th ed.). Kencana.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill.
- Khadafi, A., Dwiki, V., & Yuhaeni, Y. (2024). *Pengertian, Fungsi dan Tujuan Manajemen Pendidikan Institut Madani Nusantara, Indonesia dilengkapi piranti penunjangnya. Allah sangat tahu bahwa mengelola alam ini perlu.*
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods* (2nd ed.). Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. UI Press.
- Perbawasari, S., Sjoraida, D. F., & Lestari, V. A. (2016). *Proses public relations dalam program gerakan pungut sampah Pemerintah Kota Bandung*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19(2), 95–108. Universitas Padjadjaran.
- Somirat, S., et al. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Holt, Rinehart & Winston.
- Ummah, M. S. (2019). *Implementasi kebijakan pemerintah dan partisipasi masyarakat dalam penanggulangan COVID-19 di Desa Kuma Selatan Kecamatan Essang Selatan Kabupaten Kepulauan Talaud*. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.