

Analisis Bibliometrik Perkembangan Strategi Komunikasi di Media Sosial pada Instansi Pemerintahan dalam Keamanan Siber

Bibliometric Analysis of the Development of Communication Strategies on Social Media in Government Institutions in Cybersecurity

Dikhy Hakiki¹ Hamida Syari Harahap²,
Ari Sulistyanto³

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : ¹dikhy.id@gmailcom, ²hamida.syari@dsn.ubharajaya.ac.id,
³ari.sulistyanto@dsn.ubharajaya.ac.id

Article Info

Received: May 7, 2024

Revised: July 27, 2024

Accepted: July 27, 2024

Abstract: *The Internet has become an essential tool for government agencies to provide fast and efficient services, and it allows citizens to be more actively involved in monitoring public services. The use of social media by government agencies represents an important innovation that leverages the latest technology. However, to ensure the effective use of social media in keeping up with evolving trends, a well-defined communication strategy is necessary. This study uses the Scopus database to analyze the characteristics of publications, researchers, universities, and the contributions of countries in the field of communication strategies through social media by government agencies from 2013 to 2024, employing bibliometric methods. This approach involves quantitative analysis of a large volume of literature using mathematical and statistical techniques. The findings reveal 162 relevant documents or articles, with contributions from countries including the United States, Spain, the United Kingdom, China, Canada, Australia, Malaysia, Brazil, Indonesia, and Italy. Policy recommendations include the need for enhanced development of government agencies to manage social media in a planned and measured manner. Future research should focus on understanding public perception of the information provided by government agencies to ensure it is comprehensible in the long term.*



Keywords: *Communication Strategy, Social Media, Bibliometrics, Government Institutions, Cybersecurity*

Abstrak: *Internet telah menjadi sarana penting bagi instansi pemerintah untuk menyediakan layanan yang cepat dan efisien, serta memungkinkan masyarakat untuk lebih aktif dalam mengawasi pelayanan publik. Pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah merupakan inovasi penting dalam memanfaatkan teknologi terbaru. Namun, agar penggunaan media sosial efektif, diperlukan strategi komunikasi yang tepat. Penelitian ini menggunakan database Scopus untuk menganalisis karakteristik publikasi, peneliti, universitas, dan kontribusi negara dalam bidang strategi komunikasi melalui media sosial oleh instansi pemerintah dari tahun 2013 hingga 2024, dengan metode bibliometrik. Metode ini melibatkan analisis kuantitatif terhadap sejumlah besar literatur, menggunakan pendekatan matematika dan statistik. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 162 dokumen atau artikel terkait, dengan kontribusi dari negara-negara seperti Amerika Serikat, Spanyol, Inggris, China, Kanada, Australia, Malaysia, Brasil, Indonesia, dan Italia. Rekomendasi kebijakan mencakup perlunya instansi pemerintah meningkatkan pengelolaan media sosial secara terencana dan terukur. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat fokus pada pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan instansi pemerintah, untuk memastikan informasi tersebut mudah dipahami dalam jangka panjang.*

Kata kunci: *Strategi Komunikasi, Media Sosial, Bibliometrik, Instansi Pemerintahan, Keamanan Siber*

Pendahuluan

Penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah di Indonesia bukanlah fenomena baru. Menurut *Centre for Digital Society* (2022)¹, media sosial telah menjadi medium komunikasi dan publikasi yang semakin intensif dalam dekade terakhir. Integrasi media sosial ini memberikan dampak signifikan terhadap proses bisnis organisasi serta perencanaan manajemen risiko. Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan strategi komunikasi pemerintah yang efektif di media sosial.

Media sosial, sebagai sarana penyampaian informasi publik, memerlukan pendekatan strategis yang melibatkan perancangan pesan yang tepat dan pemilihan platform yang sesuai untuk mencapai audiens target. Strategi komunikasi ini harus dirancang sedemikian rupa agar

¹ Anonim "Membangun Strategi Komunikasi Pemerintah berbasis Sosial Media yang efektif" 5 Januari 2022, <https://digitalsociety.id/2022/11/25/membangun-strategi-komunikasi-pemerintah-berbasis-sosial-media-yang-efektif-2/>

pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh khalayak luas. *Public relations*/ hubungan masyarakat (PR/humas) memainkan peran penting dalam hal ini, sebagai jembatan antara organisasi dengan publiknya. Fungsi PR adalah untuk membangun hubungan yang baik antara organisasi dan publik serta mengelola opini publik dan perubahan sikap masyarakat.

PR tidak hanya berfokus pada pembentukan citra positif, tetapi juga pada identifikasi dan penyelesaian permasalahan yang mungkin timbul dari komunikasi yang dilakukan. Dalam konteks ini, PR harus mampu mengidentifikasi tingkat kesadaran, sikap, dan persepsi konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh organisasi.

Seiring dengan kemajuan teknologi, humas pemerintah perlu adaptif dan mampu menghadapi perubahan zaman. Tidak hanya terfokus pada konten foto atau infografis, konten video, *podcast*, dan *story* singkat juga menjadi penting untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan segar. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian publik serta meningkatkan keterlibatan dan pemahaman mereka terhadap informasi yang disajikan.

Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk memetakan minat peneliti terkait strategi komunikasi, media sosial, dan instansi pemerintah berdasarkan data dari database Scopus. Artikel ini akan menggambarkan jumlah data terkait tema tersebut, negara-negara yang banyak melakukan riset, serta jenis dokumen yang relevan dalam bidang ini. Dengan pemetaan ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perkembangan penelitian dan praktik terbaik dalam strategi komunikasi media sosial bagi instansi pemerintah.

Landasan Berpikir Instansi Pemerintahan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014² Pasal 1 angka 15, definisi Instansi Pemerintah adalah instansi pusat dan instansi daerah. Sedangkan, menurut Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014³ Pasal 1 angka 20 instansi pemerintah adalah unsur penyelenggara pemerintahan pusat atau unsur penyelenggara pemerintahan daerah. Menurut Peraturan Presiden Nomor 58 Tahun 2005⁴ Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah

² Pasal 1 Undang-Undang Nomor 5 tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara

³ Pasal 1 angka 20 Peraturan Presiden nomor 29 tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah.

⁴ Pasal 1 ayat 14 Peraturan Pemerintah Nomor 58 tahun 2005 tentang *Pengelolaan Keuangan Daerah*

Pasal 1 ayat 14 definisi Instansi Pemerintah adalah: “Perangkat Negara Kesatuan Republik Indonesia yang menurut peraturan perundangan yang berlaku terdiri dari: Kementerian, Departemen, Lembaga Pemerintah Non Departemen, Kesekretariatan Lembaga Tinggi Negara, Markas Besar TNI (meliputi: Markas Besar TNI Angkatan Darat, Angkatan Udara, Angkatan Laut), Kepolisian Republik Indonesia. Kantor Perwakilan Pemerintah RI di Luar Negeri, Kejaksaan Agung, Perangkat Pemerintahan Provinsi, Perangkat Pemerintahan Kabupaten/Kota, dan lembaga/badan lainnya yang dibiayai dari anggaran negara.” Penyelenggaraan instansi pemerintah dilakukan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, dan kekhasan dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Motivasi

Strategi komunikasi sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan karena agar perusahaan dapat menjalankan rencananya sesuai dengan tujuan yang akan dicapai berjalan dengan baik, Menurut Onong Uchjana⁵, strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dimengerti oleh komunikan dan dapat menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.

Sedangkan menurut Kulvisaechana⁶, strategi komunikasi adalah penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi. Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi erat hubungan dan kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), Cet, ke-21. h. 32

⁶ Kulvisaechana, S., *The Role of Communication Strategies in Change of Management Proses*. M.Phil in Management Studies, University of Cambridge. Media Sosial Pemerintah harus Menarik dan Kekinian. uny.ac.id. (n.d.). Retrieved (2001).

konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau dengan kata lain tujuan yang hendak dicapai.

Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media Sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang ataupun malam.

Media Sosial memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan Media sosial. Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh Media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autis, dll).

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial ini untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dan lain sebagainya. Media sosial menambahkan kamus baru dalam perbendaharaan kita yakni selain mengenal dunia nyata kita juga sekarang mengenal “dunia maya”⁷. Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda kehidupannya antara di dunia nyata dengan dunia maya, hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.

⁷ Rafi Saumi, *Apa Itu Sosial Media*, link : <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/> 1 maret 2012

Media Sosial

Secara terminologi bibliometrik berasal dari kata biblio yang berarti buku dan metrics yang berarti mengukur. bibliometrik adalah kajian yang mengukur perkembangan penelitian, literatur, buku atau dokumen pada bidang tertentu baik secara kuantitatif atau kualitatif dengan menggunakan metode statistika⁸. Adapun langkah-langkah dalam melakukan penelitian bibliometrik ini dengan seleksi database, pengumpulan, dan analisis data. Dalam hal ini bibliometrik berperan sebagai alat mapping hasil literatur dan manfaatnya bagi penelitian yang datang

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan studi bibliometrik, yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk memetakan karakteristik dan perkembangan publikasi ilmiah dalam suatu bidang penelitian secara spesifik. Proses ini dimulai dengan mengidentifikasi dan mengumpulkan data dari database Scopus, yang mencakup artikel jurnal, konferensi, dan dokumen akademik lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian. Studi biblio metrik yang digunakan pada penelitian ini untuk mengukur perkembangan penelitian dengan memanfaatkan informasi bibliografi yang terdapat dalam artikel penelitian. Dalam hal ini penelitian dilakukan dengan memanfaatkan informasi yang terdapat pada Scopus indexing database. Jenis data yang digunakan berupa dokumen hasil penelitian ilmiah. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kriteria berikut:

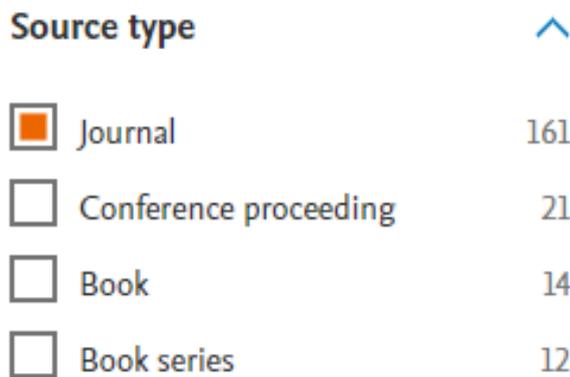
Tabel 2.1 Perencanaan sesuai dengan Kriteria

No	Kriteria	Keterangan
1	Kata Kunci	“Social Media” AND “Communication Strategy” AND “Government”
2	Indeks Jurnal	Scopus
3	Tahun Terbit	2013-2024

Selanjutnya, pada pengumpulan data sesuai dengan kriteria di atas kemudian dilakukan pencarian data melalui Scopus dengan kata

⁸ Hakim, “Analisis Bibliometrik Penelitian Inkubator Bisnis Pada Publikasi Ilmiah Terindeks Scopus”. *Jurnal Ilmiah Manajemen* E-ISSN, 8(2), 176–189. 2020

kunci “Social Media” dan “Communication Strategy” dan “Government” sehingga ditemukan 213 dokumen. Pencarian dokumen kemudian dipersempit lagi dengan melakukan filter yang berfokus pada artikel ilmiah berupa jurnal, sehingga didapatkan artikel ilmiah sebanyak 161 dokumen. Kemudian dilakukan analisis berupa perkembangan artikel dari segi jumlah publikasi per tahun, jumlah artikel per jurnal, jumlah artikel per penulis, jumlah artikel per afiliasi, jumlah artikel per subjek area. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, analisis bibliometrik yang dilakukan bergantung pada data yang tersedia di database Scopus, yang mungkin tidak mencakup semua publikasi relevan dari berbagai sumber atau database lainnya. Selain itu, perubahan cepat dalam teknologi media sosial dan dinamika kebijakan pemerintah dapat menyebabkan relevansi dan akurasi temuan menjadi terbatas seiring waktu.

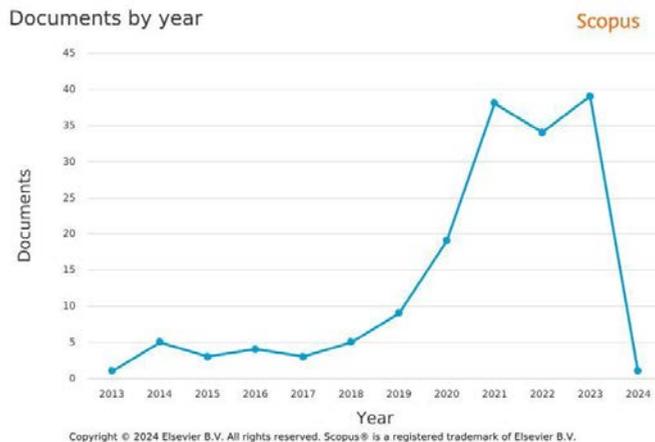


Gambar 2.3 Proses Filter Berdasarkan Jenis Dokumen

Hasil dan Pembahasan

Data berdasarkan Kata Kunci Database Scopus

Hasil penelusuran artikel ilmiah yang berkaitan dengan penggunaan media sosial oleh lembaga kepolisian berbasis data Scopus tahun 2013 – 2023, mengalami peningkatan setiap tahunnya, kecuali pada tahun 2022 sedikit menurun dan kemudian naik lagi pada tahun 2023. Penulisan artikel ilmiah terkait media sosial dan kepolisian mengalami puncaknya pada tahun 2023 sebanyak 39 dokumen.



3.1 Jumlah Dokumen Sesuai Kata Kunci Database Scopus Tahun 2013 - 2023

Data Berdasarkan Jurnal

Berdasarkan hasil data Scopus juga menunjukkan ada 18 sumber dalam pengelompokan Jurnal, dilihat bahwa tercatat ada 11 dokumen yang bersumber dari *Journal Of Medical Internet Research*, kemudian jurnal yang memiliki artikel terkait paling sedikit dan hanya mempunyai 2 artikel sebanyak 9 dalam pengelompokan Jurnal

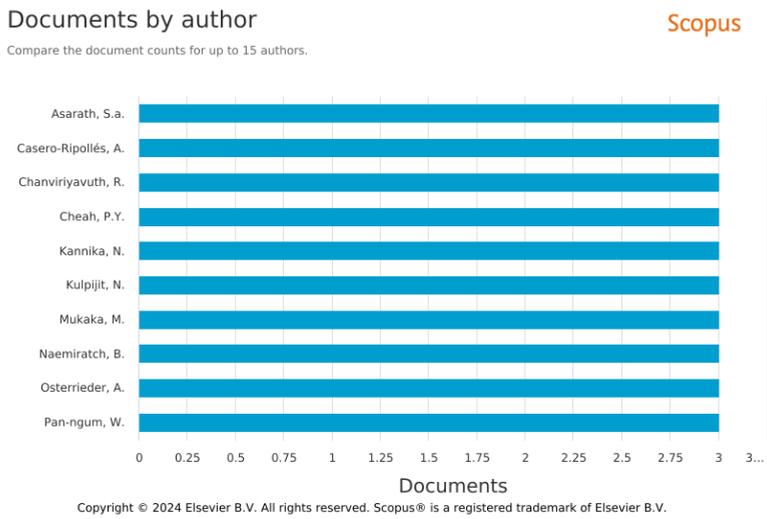
Tabel 2.2 Pengelompokan Jurnal

Sumber	Dokumen
<i>Journal Of Medical Internet Research</i>	11
<i>Profesional De La Information</i>	4
<i>Vaccines</i>	4
<i>BMC Public Health</i>	3
<i>Frontiers In Public Health</i>	3
<i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i>	3
<i>Jmir Entomology</i>	3
<i>Social Sciences</i>	3

<i>Welcome Open Research</i>	3
<i>Essa chess Journal for Communication Studies</i>	2
<i>First Monday</i>	2
<i>Government Information Quarterly</i>	2
<i>Heliyon</i>	2
<i>Information Polity</i>	2
<i>International Journal of Communication</i>	2
<i>Jmir Public Health and Surveillance</i>	2
<i>Plos One</i>	2
<i>South African Medical Journal</i>	2

Data berdasarkan Penulis

Berdasarkan hasil pengumpulan data dari Scopus, melihat bagan berdasarkan pengelompokan penulis masing-masing berkontribusi dengan memuat artikel sebanyak 5 dokumen dengan pembahasan sesuai dengan kata kunci kata kunci “*Social Media*” dan “*Communication Strategy*” dan “*Government*”.



Bagan 3.2 Data Kontribusi Penulis

Data berdasarkan Negara

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa dokumen yang terpublikasi dengan tema dengan kata kunci kata kunci “Social Media” dan “Communication Strategy” dan “Government”. adalah United States (US). Berikut disajikan tampilan tabel persebaran dokumen berdasarkan negara yang menerbitkannya:

Tabel 2.3 Pengelompokan berdasarkan Negara

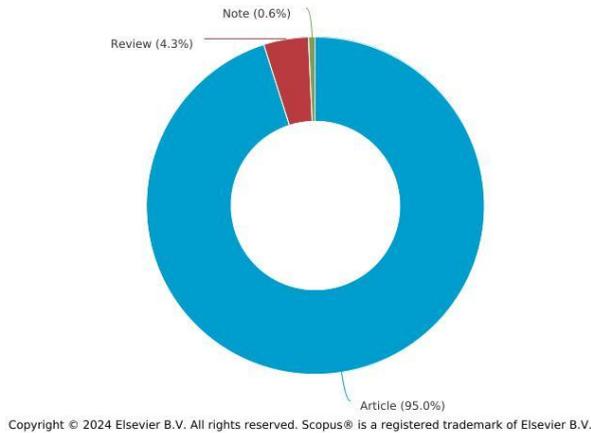
Negara	Jumlah Dokumen
United States	37
Spain	14
United Kingdom	12
China	11
Canada	10
Australia	9
Malaysia	8
Brazil	7
Indonesia	7
Italy	7

Data Berdasarkan Jenis Dokumen

Berdasarkan potongan diagram dapat dilihat bahwa 95% dokumen yang dimuat dan terpublikasi dengan tema dengan kata kunci kata kunci “Social Media” dan “Communication Strategy” dan “Government”, pada review tercatat 4.3% dan note hanya 0.6% yang dimuat. Seperti yang disajikan dengan gambar berikut.

Documents by type

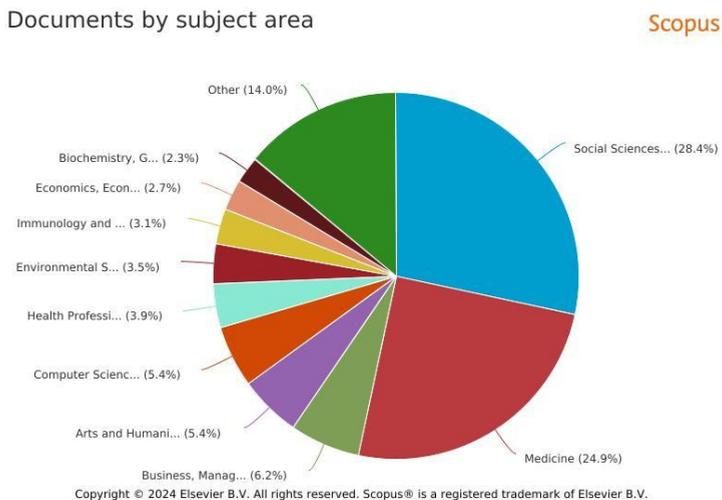
Scopus



Bagan 3.3 Data Pengelompokan Jenis Dokumen

Data Berdasarkan Bidang Ilmu

Berdasarkan potongan diagram dapat dilihat bahwa berdasarkan bidang ilmu terdapat Social Sciences (73 artikel), Medicine (64 artikel), Business, Management and Accounting (16 artikel), Arts and Humanities (14 artikel), Computer Science (14 artikel), Health Professions (10 artikel), Environmental Science (9 artikel), Immunology and Microbiology (8 artikel), Economics, Econometrics and Finance (7 artikel), Biochemistry, Genetics and Molecular Biology (6 artikel), Multidisciplinary (6 artikel), Psychology (6 artikel), Nursing (5 artikel), Decision Sciences (4 artikel), Pharmacology, Toxicology and Pharmaceutics (4 artikel), Agricultural and Biological Sciences (3 artikel), Mathematics (3 artikel), Engineering (2 artikel), Earth and Planetary Sciences (1 artikel), Energy (1 artikel), Neuroscience (1 artikel) dengan tema dengan kata kunci kata kunci "Social Media" dan "Communication Strategy" dan "Government", Seperti yang disajikan dengan gambar berikut.



Bagan 3.4 Data Pengelompokan Bidang Ilmu

Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial di Instansi pemerintah terdapat berbagai macam variatif yang bisa dapat masuk ke dalam segala aspek bidang keilmuan, yang terdiri dari kesehatan, ekonomi, psikologi, kedisiplinan ilmu, dan lain sebagainya. pemanfaatan media sosial dalam government communications (2014) Pertama adalah social media-Based Citizen Engagement Model yang berfokus pada media sosial yang digunakan sebagai alat untuk memungkinkan pengguna mengekspresikan pendapat, emosi, perilaku, dan interaksi. Pemerintah dapat menggunakan media tersebut untuk mengubah warganya untuk berpartisipasi dalam pemerintahan demokrasi. Kedua, social media-Based Data Sharing Mode yang berfokus pada data yang dihasilkan warga menggunakan media sosial ketika mereka berpartisipasi dalam topik politik. Data ini perlu dipahami oleh warga dan pemerintah untuk kemudian disimpan dan diproses sehingga dapat digunakan untuk membuat keputusan, dan untuk memungkinkan warga berpartisipasi secara kolaboratif dengan pemerintah. Sedangkan itu dimensi ketiga adalah *social media-Based Real-Time Collaborative Government Model* yang fokusnya adalah gagasan bahwa penggunaan media sosial dalam e-government mulai meningkatkan komunikasi antara pemerintah dan warga terjadi secara real time (atau hampir *real time*).

Penutup

Kesimpulan dari hasil dan pembahasan yaitu artikel yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial di Instansi pemerintah dari berbagai negara termasuk Indonesia memuat artikel tersebut. Dari hasil temuan juga terdapatnya bahwa strategi komunikasi banyak sekali digunakan pada bidang kesehatan di mana pada masa 2019-2020 terjadi adanya Virus Corona-19 yang pada akhirnya memanfaatkan media sosial sebagai strategi komunikasi di bidang / instansi kesehatan. Dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi publik, tentunya terdapat beberapa strategi komunikasi. Strategi tersebut dilakukan dengan perancangan pesan yang tepat untuk khalayak yang menjadi sasaran dan penyebarluaskannya pada media sosial yang tepat.

Pada sebuah instansi pemerintahan dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan, capaian, dan lainnya kepada publik, tentu yang paling penting adalah menentukan media komunikasi yang tepat. Era sekarang ini dimana perkembangan teknologi yang semakin canggih, perusahaan atau organisasi tidak lagi terpaku pada media konvensional melainkan beralih pada media digital, semua informasi dan komunikasi dapat diakses melalui internet, seperti media sosial atau media online.

Bahkan kini aktivitas manusia cenderung telah bergeser pada dunia maya. Oleh karenanya, humas pemerintah sebagai garda terdepan suatu organisasi harus memanfaatkan media sosial sebaik mungkin untuk membangun citra baik dan menginformasikan suatu organisasi dengan berpegang teguh pada etika komunikasi dan organisasi di era keterbukaan informasi ini.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pada Penelitian ini disarankan ke depannya untuk mempertimbangkan pendekatan yang lebih komprehensif dan melibatkan sumber data tambahan untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh ini bagi instansi pemerintah dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif di era digital.

Daftar Pustaka

Antoro, Tri. "Portal berita infopublik." *Dirjen IKP: Tiga Tantangan Pengelolaan Komunikasi Publik Pemerintah*. Info Publik, August 20, 2021. Accessed August 1, 2022. <https://infopublik.id/kategori/>

- nasional-politik-hukum/557720/dirjen-ikp-tiga-tantangan-pengelolaan-komunikasi-publik-pemerintah?show=.
- Anonim. *Centre for Digital Society*, diakses pada tanggal 10 Januari 2024 dengan link : https://digitalsociety.id/2022/11/25/membangun-strategi-komunikasi-pemerintah-berbasis-sosial-media-yang-efektif-2/#_ednref3
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*, Bandung, Rosda, 2011.
- Hakim, L. "Analisis Bibliometrik Penelitian Inkubator Bisnis Pada Publikasi Ilmiah Terindeks Scopus". *Jurnal Ilmiah Manajemen* E-ISSN, 8 No. 2 (2020), 176-189.
- Klischewski, R. "When virtual reality meets realpolitik: Social media shaping the Arab government-citizen relationship". *Government Information Quarterly*, Vol. 31 No. 2 (2014), pp.358-364.
- Kulvisaechana, S. "The Role of Communication Strategies in Change of Management Proses". M.Phil in Management Studies, University of Cambridge. 2001.
- Media Sosial Pemerintah harus Menarik Dan Kekinian. [uny.ac.id](http://www.uny.ac.id). (n.d.). Retrieved August 14, 2022, from <https://www.uny.ac.id/id/berita/media-sosial-pemerintah-harus-menarik-dan-kekinian>
- Negara, M. P. A., & Indonesia, R. B. R. "Pedoman pemanfaatan media sosial instansi pemerintah". *Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Birokrasi RI No. 83 Tahun 2012*.
- Saumi, Rafi. *Apa Itu Sosial Media*, diakses pada tanggal 10 Januari 2024 dengan link : <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara.
- Peraturan Presiden nomor 58 tahun 2005 tentang *Pengelolaan Uang Daerah*
- Peraturan Presiden 29 tahun 2014 tentang *Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah*