



DOI: <https://doi.org/10.38035/jsmd.v4i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Government Public Relations Damkarmat Kota Yogyakarta dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi

Pratama¹, Fikrani Deslia²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia, 2200030338@webmail.uad.ac.id

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia, ivadeslia@comm.uad.ac.id

Corresponding Author: 2200030338@webmail.uad.ac.id¹

Abstract: *Public Information transparency is essential in establishing transparent and accountable governance. In this context, Government Public Relations plays a strategic role in bridging communication between government institutions and citizens by providing information that is accessible, accurate, and relevant. However, studies on Government Public Relations in the context of public information transparency within local government fire and rescue agencies remain limited. This study aims to analyze the Government Public Relations practices implemented by the Yogyakarta City Firefighter and Rescue Department in promoting public information disclosure. The study employed a qualitative approach using a case study method. With data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Martinelli's Strategic Communication Planning model was used as the research framework, covering background, situation analysis, core problem or opportunity, goals and objectives, key publics, messages, strategy and tactics, calendar and budget, implementation, and evaluation criteria and tools. The findings reveal that Damkarmat has implemented a Government Public Relations function through proactive information dissemination, the use of digital and conventional media, community education programs, cross-departmental coordination, and regular communication evaluations. The novelty of this study lies in mapping Government Public Relations practices based on Strategic Communication Planning within the context of fire and rescue services. These findings contribute to the study of Government Public Relations and the implementation of public information transparency in local government*

Keywords: *Firefighter, Government Public Relations, Public Information Disclosure, Yogyakarta.*

Abstrak: Keterbukaan informasi publik merupakan prinsip penting dalam mewujudkan pemerintahan yang transparan dan akuntabel. Dalam konteks tersebut, *Government Public Relations* berperan strategis dalam menjembatani komunikasi pemerintah dan masyarakat melalui penyediaan informasi yang mudah diakses, akurat, dan relevan. Namun, kajian *Government Public Relations* dalam konteks keterbukaan informasi pada instansi pemadam kebakaran dan penyelamatan di tingkat pemerintah daerah masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *Government Public Relations* yang dilakukan oleh Dinas Pemadam

Kebakaran dan Penyelamatan Kota Yogyakarta dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Model *Strategic Communication Planning* Martinelli digunakan sebagai indikator penelitian, meliputi *background, situation analysis, core problem or opportunity, goals and objectives, key publics, messages, strategies and tactics, calendar and budget, implementation*, serta *evaluation criteria and tools*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Damkarmat Kota Yogyakarta menerapkan fungsi *Government Public Relations* melalui penyediaan informasi publik secara aktif, pemanfaatan media digital dan konvensional, edukasi masyarakat, koordinasi lintas bidang, serta evaluasi komunikasi berkala. Kebaruan penelitian ini terletak pada pemetaan praktik *Government Public Relations* berbasis *Strategic Communication Planning* dalam konteks layanan pemadam kebakaran dan penyelamatan. Temuan ini memperkaya kajian *Government Public Relations* dan implementasi keterbukaan informasi pada pemerintah daerah.

Kata Kunci: Government Public Relations, Keterbukaan Informasi, Pemadam Kebakaran, Yogyakarta.

PENDAHULUAN

Keterbukaan informasi publik merupakan salah satu indikator utama dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang transparan, akuntabel, dan partisipatif. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh serta mengakses informasi, sehingga tuntutan terhadap badan publik untuk menyampaikan informasi secara cepat, akurat, mudah diakses, dan dapat dipertanggungjawabkan semakin meningkat (Cahyani, 2020). Kondisi tersebut menempatkan komunikasi publik sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari penyelenggaraan pemerintahan modern karena keberhasilan suatu institusi pemerintah tidak hanya diukur dari kualitas pelayanan yang diberikan, tetapi juga dari kemampuannya membangun komunikasi yang terbuka dengan masyarakat.

Di Indonesia, keterbukaan informasi publik memperoleh landasan hukum melalui Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang menjamin hak setiap warga negara untuk memperoleh informasi serta mewajibkan setiap badan publik menyediakan informasi yang benar, akurat, dan tidak menyesatkan. Regulasi tersebut menjadi salah satu instrumen penting dalam penerapan *good governance* yang menekankan prinsip transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan (Yuono, 2023). Oleh karena itu, badan publik tidak cukup hanya menjalankan fungsi administratif, tetapi juga dituntut untuk mampu mengelola komunikasi publik secara efektif agar informasi yang disampaikan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah.

Dalam konteks tersebut, *Government Public Relations* (GPR) memiliki peran strategis sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat. GPR merupakan bagian dari administrasi publik yang bertugas mengelola komunikasi pemerintah melalui penyediaan informasi, pembangunan hubungan baik dengan publik, serta penciptaan transparansi dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan pemerintahan (Lee, 2011). Dengan demikian, fungsi GPR tidak terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga menciptakan komunikasi dua arah yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi sekaligus memberikan umpan balik terhadap kebijakan maupun pelayanan publik. Peran GPR menjadi semakin penting pada organisasi pemerintah yang bergerak di bidang pelayanan darurat, seperti Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan (Damkarmat).

Komitmen Damkarmat Kota Yogyakarta dalam mengimplementasikan keterbukaan informasi ditunjukkan pada Gambar 1, melalui keberhasilannya memperoleh predikat Badan Publik

Informatif pada Anugerah Keterbukaan Informasi Badan Publik Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2025 dengan nilai 92,25. Penghargaan tersebut menunjukkan bahwa secara kelembagaan, Damkarmat telah memenuhi indikator keterbukaan informasi publik yang ditetapkan oleh Komisi Informasi Daerah. Meskipun demikian, capaian tersebut belum menjelaskan bagaimana praktik *Government Public Relations* dilaksanakan dalam mendukung keterbukaan informasi publik. Penghargaan ini, belum sepenuhnya menggambarkan proses komunikasi strategis yang mendasari keberhasilan tersebut, sehingga masih diperlukan kajian empiris yang mampu menjelaskan implementasi GPR secara mendalam.



Sumber: kebakaran.jogjakota.go.id

Gambar 1. Penghargaan Damkarmat Kota Yogyakarta Sebagai Badan Publik Informatif

Penelitian mengenai *Government Public Relations* telah berkembang dengan beberapa fokus kajian. Penelitian pertama mengkaji strategi GPR dalam implementasi kebijakan bantuan COVID-19 dan menemukan bahwa efektivitas komunikasi pemerintah masih dipengaruhi oleh keterbatasan akses teknologi masyarakat (Rizqi & Hariyoko, 2023). Penelitian kedua menekankan pentingnya integrasi media digital dan media konvensional dalam mendukung tata kelola informasi publik pada era digital (Nugraha et al., 2022). Sementara itu, penelitian ketiga menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial pemerintah melalui tahapan *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation* mampu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi publik (Putri & Sutarjo, 2023). Ketiga penelitian tersebut memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian GPR, namun Sebagian besar masih berorientasi pada strategi komunikasi, pemanfaatan media, atau pengelolaan media sosial pemerintah.

Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian. Penelitian terdahulu telah membahas *Government Public Relations* dalam pengelolaan informasi publik melalui pemanfaatan media digital, media sosial, dan website pemerintah. Pengelolaan informasi publik oleh Pemerintah Daerah DIY juga telah dikaji melalui tahapan *defining problem*, *program planning*, *action and communication*, serta *evaluation* (Ramadhan & Saputro, n.d.). Namun, kajian-kajian tersebut belum secara komprehensif menganalisis secara keseluruhan proses perencanaan komunikasi strategis menggunakan kerangka *Strategic Communication Planning* Martinelli, khususnya dalam konteks organisasi pelayanan darurat dan keterbukaan informasi.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini ditujukan untuk menganalisis praktik *Government Public Relations* menggunakan kerangka *Strategic Communication Planning* yang dikemukakan oleh (Martinelli, 2011). Kerangka tersebut terdiri atas *background*, *situation*

analysis, core problem or opportunity, goals and objectives, key publics, messages, strategies and tactics, calendar and budget, serta evaluation criteria and- tools. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih menitikberatkan pada strategi komunikasi tertentu, penelitian ini mengkaji keseluruhan proses komunikasi strategis sebagai dasar implementasi keterbukaan informasi publik pada organisasi pelayanan darurat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai aktivitas komunikasi pemerintah, tetapi juga menjelaskan bagaimana setiap tahapan perencanaan komunikasi berkontribusi terhadap terwujudnya transparansi informasi publik.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *Government Public Relations* Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan Kota Yogyakarta dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik menggunakan kerangka *Strategic Communication Planning*. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian *Government Public Relations*, khususnya pada organisasi pelayanan darurat, serta memberikan kontribusi praktis bagi instansi pemerintah dalam merancang komunikasi publik yang lebih transparan, akuntabel, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami implementasi *Government Public Relations* dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik pada Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan Kota Yogyakarta. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali secara mendalam proses komunikasi publik, pengalaman para pelaku, serta praktik keterbukaan informasi yang diterapkan oleh organisasi (Waruwu, 2023). Damkarmat Kota Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena berhasil meraih predikat Badan Publik Informatif pada Anugerah Keterbukaan Informasi Badan Publik Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2025, sehingga dinilai relevan sebagai objek penelitian.

Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan memilih individu yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam pelaksanaan komunikasi publik organisasi (Tajik et al., 2025). Terdapat 4 informan dalam penelitian ini, meliputi Kepala Bidang Operasional, admin media sosial atau tim kreatif, serta masyarakat yang pernah menerima layanan atau informasi dari Damkarmat Kota Yogyakarta. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, serta data sekunder berupa dokumentasi, unggahan media sosial, website resmi, laporan kegiatan, dan regulasi terkait keterbukaan informasi publik.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Pedoman wawancara disusun berdasarkan kerangka *Strategic Communication Planning* yang meliputi *background, situation analysis, core problem or opportunity, goals and objectives, key publics, messages, strategies and tactics, implementation, serta evaluation criteria and tools*. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Noor & Wathoni, 2020). Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna meningkatkan kredibilitas temuan (Sulistiyo, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Background and Situation Analysis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan informasi publik telah menjadi bagian integral dari praktik komunikasi Damkarmat Kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara, organisasi memandang keterbukaan informasi bukan sekedar kewajiban administratif untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, tetapi sebagai bentuk akuntabilitas kepada masyarakat atas

penyelenggaraan pelayanan publik (Baharuddin, 2020). Perspektif tersebut tercemin dari komitmen organisasi dalam menyediakan informasi mengenai penanganan kebakaran, operasi penyelamatan, edukasi pencegahan kebakaran, penggunaan alat pemadam api ringan (APAR), hingga publikasi program dan capaian kinerja melalui berbagai media komunikasi.

Analisis situasi menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat sehingga menuntut organisasi publik untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih adaptif. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan (*Strength*) Damkarmat Kota Yogyakarta terdapat pada tingginya komitmen organisasi terhadap keterbukaan informasi, tersedianya berbagai kanal komunikasi seperti Instagram, X, portal website, papan informasi, serta kegiatan sosialisasi yang memungkinkan penyebaran informasi kepada berbagai kelompok masyarakat. Kelemahannya (*weakness*) adalah tantangan menjaga keseimbangan antara kecepatan dan akurasi penyampaian informasi pada situasi darurat. Dari sisi eksternal, meningkatnya penggunaan media digital, dan kebutuhan masyarakat akan informasi kebencanaan menjadi peluang (*opportunities*) untuk memperluas jangkauan komunikasi. Namun, organisasi juga menghadapi ancaman (*threats*) berupa penyebaran misinformasi di media sosial dan meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kecepatan respons pemerintah.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi *Strength-Opportunity* yang diterapkan Damkarmat Kota Yogyakarta adalah memanfaatkan komitmen organisasi terhadap keterbukaan informasi publik dan optimalisasi berbagai media komunikasi untuk memperluas jangkauan penyebaran informasi. Strategi tersebut diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial, portal website, serta kegiatan sosialisasi kepada masyarakat sebagai sarana edukasi mengenai pencegahan kebakaran, penggunaan APAR, prosedur penyelamatan, dan publikasi capaian kinerja organisasi. Pemanfaatan berbagai saluran komunikasi tersebut memungkinkan informasi dapat diakses oleh masyarakat secara lebih luas dan cepat sehingga mendukung peningkatan kesadaran masyarakat terhadap mitigasi kebencanaan sekaligus memperkuat transparansi pelayanan publik.

Strategi *Weakness-Opportunity* dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk mengatasi keterbatasan organisasi dalam menjaga keseimbangan antara kecepatan dan akurasi informasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Damkarmat Kota Yogyakarta menerapkan koordinasi internal sebelum informasi dipublikasikan sehingga setiap informasi yang disampaikan kepada masyarakat telah melalui proses verifikasi sesuai kondisi lapangan. Selain itu, pemanfaatan media digital memungkinkan proses penyebaran informasi dilakukan secara lebih cepat tanpa mengabaikan prinsip akurasi. Strategi tersebut menunjukkan bahwa peluang perkembangan teknologi dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik.

Selanjutnya, strategi *Strength-Threat* diterapkan dengan memanfaatkan kredibilitas organisasi serta berbagai media komunikasi untuk menghadapi ancaman penyebaran misinformasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Damkarmat Kota Yogyakarta secara konsisten menggunakan akun media sosial resmi, portal website, dan media komunikasi lainnya sebagai sumber informasi yang valid mengenai penanganan kebakaran, penyelamatan, maupun kegiatan organisasi. Penyampaian informasi secara cepat, faktual, dan berkelanjutan menjadi upaya organisasi dalam membangun kepercayaan masyarakat sekaligus meminimalkan penyebaran informasi yang tidak benar pada situasi darurat.

Sementara itu, strategi *Weakness-Threat* dilakukan dengan memperkuat koordinasi internal dan menerapkan prosedur verifikasi informasi sebelum dipublikasikan kepada masyarakat. Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan risiko kesalahan informasi yang dapat muncul akibat tingginya tuntutan terhadap kecepatan penyampaian informasi maupun penyebaran informasi yang tidak akurat di media sosial. Melalui koordinasi antarbidang, konfirmasi data dari petugas lapangan, serta evaluasi terhadap proses komunikasi publik, Damkarmat Kota Yogyakarta berupaya memastikan bahwa setiap informasi yang

dipublikasikan memiliki tingkat akurasi yang tinggi sehingga tetap mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat, terpercaya, dan dapat dipertanggung jawabkan.

Penerapan keempat strategi tersebut menunjukkan bahwa praktik *Government Public Relations* di Damkarmat Kota Yogyakarta tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi kepada masyarakat, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam menyesuaikan komunikasi dengan dinamika lingkungan digital yang terus berkembang. Hal ini tercermin dari kemampuan organisasi dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, mengatasi berbagai kendala internal, memanfaatkan peluang yang muncul dari perkembangan teknologi informasi, serta menghadapi berbagai tantangan eksternal, seperti penyebaran misinformasi dan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan informasi yang cepat. Dengan pendekatan tersebut, strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya mendukung pelaksanaan keterbukaan informasi publik sesuai dengan prinsip transparansi, tetapi juga memperkuat akuntabilitas organisasi serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh Damkarmat Kota Yogyakarta.

Fungsi utama *Government Public Relations* adalah membangun hubungan antara pemerintah dan masyarakat melalui penyediaan informasi yang akurat dan relevan (Lee, 2011). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada organisasi pelayanan darurat, fungsi tersebut berkembang menjadi proses komunikasi yang lebih adaptif. Organisasi tidak hanya menyampaikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga secara aktif memantau perubahan kebutuhan informasi publik, memilih media komunikasi yang sesuai, serta menyesuaikan bentuk penyampaian informasi berdasarkan karakteristik situasi yang dihadapi (Rorong et al., 2025). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa perkembangan lingkungan digital menuntut organisasi pemerintah mengembangkan praktik *Government Public Relations* yang lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan masyarakat (Dong et al., 2023).

Core Problem or Opportunity

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi Damkarmat Kota Yogyakarta dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik adalah menjaga keseimbangan antara kecepatan penyampaian informasi dan akurasi informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Dalam praktiknya, Damkarmat dituntut untuk memberikan informasi secara cepat mengenai kejadian kebakaran, operasi penyelamatan, maupun kondisi darurat lainnya. Namun, setiap informasi yang dipublikasikan tetap harus melalui proses verifikasi internal untuk memastikan bahwa informasi tersebut akurat, tidak menyesatkan, dan tidak menimbulkan kepanikan di masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, proses verifikasi dilakukan melalui koordinasi antara petugas lapangan, kepala bidang operasional, dan tim pengelola media informasi sebelum suatu informasi dipublikasikan melalui media sosial maupun portal website Damkarmat.

Di samping tantangan tersebut, penelitian ini juga menemukan adanya peluang yang muncul dari perkembangan teknologi digital. Media sosial dan platform digital memberikan ruang bagi Damkarmat Kota Yogyakarta untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan *real-time*. Kehadiran media sosial dan portal website memungkinkan organisasi menyampaikan informasi pelayanan, edukasi kebencanaan, laporan operasional, dan berbagai program organisasi secara lebih cepat dibandingkan media konvensional. Selain memperluas jangkauan informasi, media digital juga membuka ruang interaksi yang memungkinkan masyarakat memberikan pernyataan, kritik, maupun masukan secara langsung kepada organisasi (Dunan, 2020). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tahapan *core problem or opportunity* dalam kerangka *Strategic Communication Planning* tidak hanya berfungsi untuk mengidentifikasi hambatan komunikasi, tetapi juga untuk mengenali peluang strategis yang dapat dimanfaatkan organisasi dalam mencapai tujuan komunikasinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa organisasi pemerintah menghadapi tantangan komunikasi yang semakin kompleks akibat perkembangan teknologi digital, meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap transparansi, serta tingginya arus informasi yang beredar melalui digital (Lee, 2011). Namun demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih spesifik dengan menunjukkan bahwa pada organisasi pelayanan darurat, tantangan komunikasi tidak hanya berkaitan dengan pengelolaan reputasi pemerintah, tetapi juga berkaitan dengan perlindungan keselamatan masyarakat. Oleh karena itu, setiap Keputusan komunikasi harus mempertimbangkan keseimbangan antara kecepatan, akurasi, dan dampak informasi yang diterima publik. Lee menjelaskan bahwa GPR berfungsi membangun hubungan antara pemerintah dan masyarakat melalui penyampaian informasi yang kredibel dan terpercaya (Lee et al., 2021).

Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa identifikasi *core problem or opportunity* merupakan tahapan strategis yang menentukan keberhasilan implementasi keterbukaan informasi publik. Kemampuan Damkarmat Kota Yogyakarta dalam mengelola tantangan komunikasi sekaligus memanfaatkan peluang menunjukkan bahwa praktik *Government Public Relations* pada Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan memerlukan pendekatan komunikasi yang adaptif. Temuan ini menjadi salah satu kontribusi penelitian dalam memperkaya kajian *Government Public Relations*, khususnya terkait implementasi komunikasi strategis pada organisasi pemerintah yang beroperasi dalam situasi darurat

Goals and Objectives

Tujuan komunikasi Damkarmat Kota Yogyakarta tidak hanya untuk memenuhi kewajiban keterbukaan informasi publik, tetapi juga secara spesifik meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pencegahan kebakaran, kesiapsiagaan menghadapi keadaan darurat, serta pemanfaatan layanan penyelamatan yang disediakan organisasi. Tujuan tersebut diwujudkan melalui penyebaran informasi dan program edukasi secara berkelanjutan melalui berbagai saluran komunikasi, sehingga mendukung peningkatan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan publik. Sasaran tersebut realistis untuk dicapai karena didukung oleh pemanfaatan media digital, media konvensional, dan kegiatan sosialisasi yang telah menjadi bagian dari aktivitas komunikasi organisasi. Selain itu, tujuan tersebut relevan dengan fungsi Damkarmat sebagai penyedia layanan kedaruratan dan dilaksanakan secara berkesinambungan melalui publikasi rutin serta evaluasi komunikasi secara berkala.

Berdasarkan prinsip SMART, tujuan komunikasi Damkarmat telah memenuhi aspek *specific* karena tujuan komunikasi diarahkan secara jelas pada penyediaan informasi mengenai layanan pemadam kebakaran dan penyelamatan, edukasi pencegahan kebakaran, penggunaan APAR, serta peningkatan kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi situasi darurat; *measurable* melalui pelaksanaan berbagai aktivitas komunikasi, seperti publikasi informasi secara rutin melalui media sosial, portal website, papan informasi, dan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat. Selain itu, organisasi juga melakukan evaluasi komunikasi secara berkala untuk menilai efektivitas penyampaian informasi serta respons masyarakat terhadap informasi yang diberikan; *achievable* dengan dukungan berbagai media komunikasi yang dimiliki organisasi, termasuk pemanfaatan platform digital, media konvensional, koordinasi antar bidang, serta keterlibatan petugas dalam kegiatan edukasi masyarakat. Dukungan tersebut memungkinkan tujuan komunikasi dilaksanakan secara realistis sesuai kapasitas organisasi; *relevant* dengan tugas dan fungsi pelayanan publik yang bertanggung jawab dalam penanganan kebakaran, penyelamatan, serta edukasi kebencanaan; serta *time-bound* melalui implementasi kegiatan sosialisasi yang dijadwalkan, publikasi informasi secara rutin dan evaluasi komunikasi yang dilakukan secara berkala.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa keberhasilan

Government Public Relations tidak hanya diukur dari penyampaian informasi, tetapi juga dari kemampuannya meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat (Martinelli, 2011). Dengan demikian, tujuan komunikasi Damkarmat menunjukkan bahwa keterbukaan informasi publik diposisikan sebagai strategi untuk mendukung peningkatan kualitas pelayanan publik, bukan sekadar pemenuhan kewajiban administratif.

Key Publics

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sasaran komunikasi Damkarmat Kota Yogyakarta mencakup seluruh masyarakat Kota Yogyakarta sebagai pengguna layanan dan penerima informasi publik. Meskipun demikian, penyampaian informasi tidak dilakukan secara seragam, melainkan melalui proses segmentasi audiens berdasarkan karakteristik demografis, perilaku penggunaan media, serta kebutuhan informasi masing-masing kelompok. Segmentasi ini bertujuan agar pesan yang disampaikan lebih tepat sasaran dan mudah dipahami oleh setiap kelompok masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, Damkarmat Kota Yogyakarta membagi audiens ke dalam beberapa kelompok. Kelompok masyarakat usia muda, terutama Generasi Z dan milenial, dijangkau melalui media digital seperti Instagram dan X karena kedua platform tersebut merupakan media yang paling sering digunakan untuk memperoleh informasi secara cepat.

Konten yang dipublikasikan pada media sosial dikemas dalam bentuk foto, video pendek, infografis, serta dokumentasi kegiatan penyelamatan agar lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik pengguna media digital. Selain berfungsi sebagai media penyebaran informasi, media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana interaksi dua arah melalui kolom komentar dan pesan langsung, sehingga masyarakat dapat menyampaikan pertanyaan maupun laporan secara cepat. Sementara itu, kelompok masyarakat usia dewasa hingga lanjut usia lebih banyak dijangkau melalui komunikasi langsung, seperti sosialisasi kebencanaan, penyuluhan keselamatan kebakaran, program sambang warga, serta penyebaran informasi melalui papan pengumuman di kantor Damkarmat, dan Balai Kota Yogyakarta. Pemilihan media tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak seluruh masyarakat memiliki intensitas penggunaan media digital yang sama. Oleh karena itu, komunikasi tatap muka dipandang lebih efektif untuk menyampaikan informasi yang membutuhkan penjelasan secara rinci sekaligus memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berdiskusi secara langsung dengan petugas.

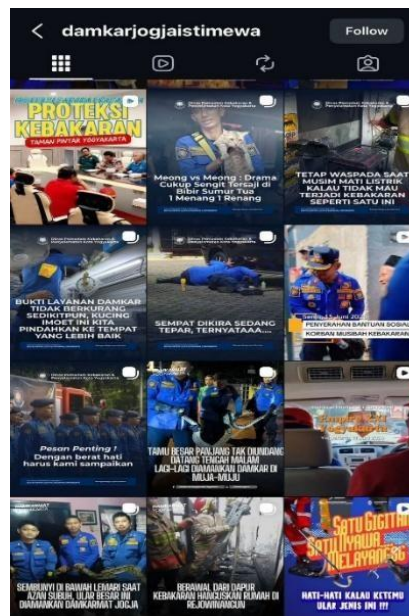
Selain segmentasi berdasarkan usia dan penggunaan media, Damkarmat juga mempertimbangkan kebutuhan informasi berdasarkan karakteristik kelompok sasaran. Misalnya, masyarakat umum diberikan informasi mengenai kesehatan layanan kedaruratan, edukasi pencegahan kebakaran, dan prosedur pelaporan kejadian. Di sisi lain, sekolah, instansi pemerintah, komunitas, maupun pelaku usaha menjadi sasaran kegiatan edukasi dan simulasi yang disesuaikan dengan Risiko serta kebutuhan masing-masing lingkungan. Dengan demikian, setiap kelompok memperoleh materi komunikasi yang berbeda sesuai konteks dan tingkat kebutuhannya.

Strategi segmentasi tersebut menunjukkan bahwa Damkarmat Kota Yogyakarta tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga menyesuaikan media dan pesan komunikasi dengan karakteristik setiap kelompok audiens agar penyampaian informasi lebih efektif. Temuan ini sejalan dengan konsep *Key Publics* dalam *Strategic Communication Planning* yang menekankan pentingnya identifikasi publik sasaran sebelum menentukan pesan dan saluran komunikasi (Martinelli, 2011). Selain itu, identifikasi publik memungkinkan organisasi memilih media komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan setiap kelompok audiens (Palmieri & Mazzali-Lurati, 2021).

Messages

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan komunikasi yang disampaikan Damkarmat

Kota Yogyakarta berfokus pada tiga aspek utama, yaitu informasi pelayanan, edukasi keselamatan, dan transparansi kegiatan organisasi. Informasi yang dipublikasikan meliputi penanganan kebakaran, kegiatan penyelamatan, penggunaan APAR, laporan kinerja, serta berbagai program organisasi yang disampaikan melalui media sosial dan portal website resmi. Terlihat pada Gambar 2, Damkarmat Kota Yogyakarta aktif dalam mendokumentasikan dan mempublikasikan hasil kinerja mereka dalam bentuk unggahan Instagram. Sebelum dipublikasikan, seluruh informasi terlebih dahulu melalui proses verifikasi untuk memastikan akurasi dan kredibilitasnya. Selain memperhatikan ketepatan informasi, Damkarmat juga menyesuaikan penggunaan bahasa agar mudah dipahami oleh masyarakat. Pada Gambar 3, Damkarmat Kota Yogyakarta juga membagikan informasi melalui portal website kebakaran.jogjakota.go.id, informasi dibagikan dalam bentuk artikel berita seperti data kebakaran, data laporan penanganan kasus dan laporan kinerja Damkarmat Kota Yogyakarta. Penyederhanaan istilah teknis dilakukan untuk mengurangi potensi kesalahpahaman sehingga informasi yang diterima dapat langsung dipahami dan diterapkan oleh masyarakat, khususnya dalam situasi kedaruratan.



Sumber: Akun Instagram @damkarjogjaistimewa

Gambar 2: Tampilan Feeds Instagram Damkar Kota Yogyakarta



Sumber: kebakaran.jogjakota.go.id

Gambar 3: Portal Website Damkar Kota Yogyakarta

Temuan ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan telah memenuhi prinsip komunikasi publik yang menekankan kejelasan, akurasi, dan kemudahan akses informasi. Hal tersebut sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi publik bergantung pada kemampuan organisasi menerjemahkan informasi teknis menjadi pesan yang sederhana, relevan, dan mudah dipahami oleh audiens (Fage-Butler, 2023).

Strategies and Tactics

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Damkar Kota Yogyakarta menerapkan strategi komunikasi multikanal (*multi-channel communication*) untuk mendukung keterbukaan informasi publik. Strategi ini diwujudkan melalui pemanfaatan media digital seperti Instagram, X, dan portal website resmi, dan juga menggunakan media konvensional berupa papan informasi, sosialisasi, penyuluhan, simulasi kebakaran, serta pelatihan penggunaan alat pemadam api ringan (APAR). Kombinasi berbagai saluran komunikasi tersebut memungkinkan organisasi menjangkau masyarakat dengan karakteristik dan kebutuhan informasi yang beragam. Pemanfaatan media digital berperan penting dalam mempercepat penyebaran informasi terkait pelayanan, penanganan kejadian, edukasi kebencanaan, dan kegiatan organisasi secara *real-time* (Yudarwati et al., 2022). Sementara itu, komunikasi tatap muka tetap dipertahankan untuk membangun interaksi yang lebih personal, khususnya dalam kegiatan edukasi dan peningkatan kapasitas masyarakat dalam menghadapi keadaan darurat. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga pada peningkatan pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam upaya pencegahan kebakaran dan mitigasi bencana.

Selain pemilihan media, Damkar juga menerapkan berbagai taktik komunikasi untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi. Informasi operasional didokumentasikan dalam bentuk foto, video, dan infografis sebelum dipublikasikan melalui media sosial dan website resmi. Penyajian konten dengan bahasa yang sederhana serta didukung visual yang informatif bertujuan agar informasi lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Pendekatan ini menunjukkan bahwa organisasi tidak hanya memperhatikan isi pesan, tetapi juga cara penyampaian pesan agar lebih menarik dan mudah diterima oleh berbagai kelompok audiens. Temuan penelitian ini sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa strategi dan taktik komunikasi harus disusun berdasarkan tujuan

organisasi, karakteristik publik, serta media yang paling efektif untuk menjangkau audiens. Hasil penelitian ini juga mendukung pandangan bahwa praktik GPR yang efektif tidak hanya mengandalkan komunikasi satu arah melalui media digital, tetapi juga membangun komunikasi dua arah melalui interaksi langsung dengan masyarakat (Lee, 2011).

Calendar, Budget, and Implementation

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi Damkarmat dilaksanakan melalui perencanaan yang bersifat fleksibel. Damkarmat melakukan tugas yang telah disusun secara berkala mengikuti program kerja organisasi, selain itu juga Damkarmat melakukan tugas dengan mengikuti dinamika kejadian di lapangan. Dalam melakukan publikasi kinerja, Damkarmat Kota Yogyakarta mempertimbangkan waktu dalam mengunggah konten mengikuti algoritma media sosial. Misalnya, laporan kegiatan yang terjadi pada malam hari biasanya dipublikasikan pada pagi hari sekitar pukul 09.00 WIB untuk memperoleh jangkauan audiens yang lebih optimal. Dalam implementasinya, proses komunikasi melibatkan koordinasi antar bidang. Setiap bidang yang melaksanakan kegiatan akan berkoordinasi dengan tim kreatif untuk melakukan dokumentasi dan pengumpulan informasi yang nantinya diolah menjadi konten publikasi. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi di Damkarmat telah menjadi bagian yang terintegrasi dengan proses kerja organisasi.

Evaluation Criteria and Tools

Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi komunikasi dilakukan secara rutin melalui Rapat Koordinasi Terbatas (Rakortas) yang dilaksanakan setiap hari Senin setelah apel pagi. Selain evaluasi berkala, evaluasi juga dilakukan setiap kali terdapat kejadian yang dianggap menonjol oleh organisasi. Keberhasilan komunikasi publik dinilai dari beberapa indikator, seperti kemudahan akses informasi, respons masyarakat, efektivitas media yang digunakan, serta kualitas pelayanan informasi yang diberikan kepada masyarakat. Selain itu, kritik dan saran dari masyarakat juga menjadi bagian penting dalam proses evaluasi. Pada Gambar 4, Damkarmat Kota Yogyakarta mencantumkan Nomor telepon dan Whatsapp agar masyarakat yang ingin melapor, meminta pertolongan, dan memberikan kritik saran dapat tersampaikan langsung kepada Damkarmat Kota Yogyakarta.



Sumber : Akun Instagram damkarjogjaistimewa
Gambar 4: Profil Instagram Damkar Kota Yogyakarta



Sumber: kebakaran.jogjakota.go.id

Gambar 5: Survei kepuasan masyarakat

Pada Gambar 5, Damkarmat Kota Yogyakarta menyediakan barcode survei kepuasan masyarakat sebagai bentuk evaluasi dalam keberhasilan kinerja Damkarmat. Temuan ini menunjukkan bahwa Damkarmat telah menerapkan prinsip komunikasi dua arah yang menjadi salah satu karakteristik utama *Government Public Relations*. Keberhasilan komunikasi pemerintah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyampaikan informasi, tetapi juga oleh kemampuan mendengarkan dan merespons kebutuhan masyarakat (Lee, 2011). Dalam perspektif keterbukaan informasi publik, keterbukaan terhadap kritik dan masukan dari masyarakat adalah suatu cara organisasi untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan informasi. Praktik tersebut mencerminkan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik yang menjadi tujuan utama Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik *Government Public Relations* Damkarmat Kota Yogyakarta dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik memperhatikan keseimbangan antara kecepatan, akurasi, dan relevansi informasi. Hal ini diwujudkan melalui verifikasi dan koordinasi internal, segmentasi audiens, pemanfaatan media digital dan komunikasi tatap muka, serta evaluasi melalui respons dan masukan masyarakat. *Novelty* penelitian ini terletak pada temuan bahwa dalam konteks pelayanan darurat, keterbukaan informasi tidak hanya berorientasi pada akses dan kecepatan informasi, tetapi juga mengintegrasikan akurasi, kesesuaian dengan karakteristik publik, keselamatan masyarakat, dan umpan balik dari masyarakat. Dengan demikian, komunikasi strategis Damkarmat tidak hanya berfungsi mendukung transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga memperkuat kesiapsiagaan dan kepercayaan masyarakat melalui penyediaan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Berdasarkan hasil dan pembahasan, diperoleh sejumlah temuan utama yang merepresentasikan implementasi *Government Public Relations* Damkarmat Kota Yogyakarta. Ringkasan temuan tersebut disajikan pada Tabel 1 *key findings*.

Tabel 1. Key Findings

Strategic Communication Planning	Key Findings
<i>Background and Situation Analysis</i>	Keterbukaan informasi menjadi dasar penyusunan komunikasi publik dengan mempertimbangkan perkembangan media social dan kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan akurat.

	Analisis SWOT menunjukkan bahwa Damkarmat memiliki kekuatan pada komitmen keterbukaan informasi dan keberagaman media komunikasi, serta menghadapi tantangan berupa keseimbangan antara kecepatan dan akurasi informasi, penyebaran misinformasi, dan tingginya ekspektasi publik. Berdasarkan hasil tersebut, organisasi menerapkan strategi SWOT melalui optimalisasi media digital, penguatan koordinasi dan verifikasi informasi, serta pemanfaatan kanal komunikasi resmi untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan masyarakat.
<i>Core Problem or Opportunity</i>	Tantangan utama komunikasi adalah menjaga keseimbangan antara kecepatan penyampaian informasi dan akurasi pada situasi kedaruratan.
<i>Goals and Objectives</i>	Komunikasi publik diarahkan untuk menyediakan informasi yang cepat, akurat, mudah diakses, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pencegahan kebakaran dan penyelamatan.
<i>Key Publics</i>	Damkarmat menerapkan segmentasi audiens berdasarkan kelompok usia, yaitu usia muda (Gen Z dan millennial) serta usia dewasa hingga lanjut usia, karakteristik audiens (masyarakat umum, sekolah, instansi, komunitas dll), dan media komunikasi sehingga pesan dapat disampaikan secara lebih efektif.
<i>Messages</i>	Pesan komunikasi menekankan edukasi keselamatan, pelayanan publik, transparansi kegiatan, dan informasi operasional dengan bahasa yang mudah dipahami.
<i>Strategies and Tactics</i>	Strategi komunikasi dilakukan melalui pendeklatan multikanal dengan mengintegrasikan media sosial, portal website papan informasi, dan komunikasi tatap muka..
<i>Calendar, Budget, and Implementation</i>	Implementasi komunikasi bersifat fleksibel sesuai kebutuhan operasional dengan koordinasi antar bidang untuk menjaga kelancaran penyampaian informasi.
<i>Evaluation Criteria and Tools</i>	Evaluasi komunikasi dilakukan melalui rapat koordinasi, monitoring media sosial, survei kepuasan masyarakat, dan umpan balik publik sebagai dasar perbaikan komunikasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik *Government Public Relations* Damkarmat Kota Yogyakarta dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi telah berkembang menjadi proses komunikasi strategis yang menyesuaikan kebutuhan masyarakat dengan karakteristik pelayanan darurat. Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa keterbukaan informasi dibangun melalui keterhubungan antara perencanaan komunikasi, pemilihan publik dan media, pelaksanaan yang terkoordinasi, serta evaluasi yang melibatkan respons masyarakat. Dalam proses tersebut, Damkarmat berupaya menjaga keseimbangan antara tuntutan penyampaian informasi yang cepat dengan kebutuhan akan informasi yang akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Penggunaan media digital dan komunikasi tatap muka secara beriringan juga menunjukkan bahwa keterbukaan informasi tidak bergantung pada

satu saluran, melainkan disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan publik.

Temuan tersebut menegaskan bahwa *Government Public Relations* pada organisasi pelayanan darurat memiliki karakteristik yang berbeda dari komunikasi pemerintahan pada umumnya. Komunikasi tidak hanya berfungsi untuk mendukung transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga memiliki implikasi terhadap kesiapsiagaan dan keselamatan masyarakat. Oleh karena itu, koordinasi internal, verifikasi informasi, pemilihan media serta keterbukaan terhadap kritik dan masukan publik yang efektif. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terletak pada pemahaman bahwa keterbukaan informasi pada organisasi pelayanan darurat tidak cukup diukur dari seberapa banyak informasi yang disampaikan atau seberapa cepat informasi diterima masyarakat, tetap juga dari kemampuan organisasi memastikan bahwa informasi tersebut akurat, sesuai dengan kebutuhan publik, mudah dipahami, dan mendukung hubungan komunikasi yang responsive antara pemerintah dan masyarakat. Temuan ini memperkaya kajian *Government Public Relations* dengan menempatkan keseimbangan antara kecepatan, akurasi, kebutuhan publik, dan keselamatan masyarakat sebagai karakter penting komunikasi pemerintah dalam konteks pelayanan kedaruratan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan objek yang berfokus pada praktik *Government Public Relations* di Damkarmat Kota Yogyakarta sehingga temuan penelitian belum dapat secara langsung digeneralisasikan pada organisasi pemerintah atau lembaga pelayanan darurat lainnya yang memiliki karakteristik organisasi dan lingkungan komunikasi berbeda. Selain itu, penelitian menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif yang menekankan kedalaman pemahaman terhadap proses komunikasi pada konteks tertentu. Data penelitian juga lebih berfokus pada praktik komunikasi organisasi dan belum mengeksplorasi pengalaman masyarakat secara lebih luas dan mendalam sebagai penerima informasi. Keterbatasan tersebut menjadi ruang untuk pengembangan penelitian pada konteks dan perspektif yang lebih beragam.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan objek penelitian, menambah jumlah sampel, menggunakan periode observasi yang lebih panjang, serta memasukkan variabel-variabel lain yang relevan agar memperoleh model penelitian yang lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode analisis yang berbeda, seperti Structural Equation Modeling (SEM), System Dynamics, Artificial Intelligence, atau pendekatan longitudinal dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Kontribusi Author

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian dengan membandingkan praktik *Government Public Relations* pada beberapa organisasi pemadam kebakaran atau lembaga pelayanan kedaruratan di daerah yang berbeda. Penelitian berikutnya juga dapat melibatkan masyarakat sebagai informan secara lebih luas untuk mengkaji bagaimana informasi yang disampaikan pemerintah dipahami, dipercaya, dan digunakan dalam menghadapi situasi darurat. Selain pendekatan kualitatif, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mix methods* untuk mengukur secara lebih terstruktur efektivitas media komunikasi, tingkat kepercayaan masyarakat, serta pengaruh keterbukaan informasi terhadap kesiapsiagaan publik. Dengan demikian, penelitian mendatang dapat memperluas pemahaman mengenai efektivitas strategi *Government Public Relations* dalam konteks pelayanan kedaruratan.

Acknowledgment (Optional)

Penulis pertama berkontribusi dalam konseptualisasi penelitian, perumusan masalah, dan tujuan penelitian, pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, serta analisis dan interpretasi data. Penulis pertama juga bertanggung jawab atas penyusunan draf awal naskah dan pengintegrasian hasil penelitian ke dalam pembahasan. Penulis kedua berkontribusi dalam memberikan arahan akademik, pengembangan kerangka teoritis dan metodologis, supervisi proses penelitian, validasi serta interpretasi temuan, dan memberikan masukan substantif terhadap penyempurnaan naskah hingga versi akhir. Kedua penulis berkontribusi dalam peninjauan dan persetujuan terhadap naskah akhir.

REFERENSI

- Baharuddin, T. (2020). Keterbukaan Informasi Publik: Studi Pada Keberhasilan Pemerintah Daerah Kabupaten Luwu Utara 2019. *Journal of Governance and Local Politics (JGLP)*, 2(2), 151–163.
- Cahyani, A. M. (2020). Strategi komunikasi humas pemerintah kota surabaya dalam melayani dan menggali potensi masyarakat melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–16.
- Dong, C., Zheng, Q., & Morehouse, J. (2023). What do we know about government public relations (GPR)? A systematic review of GPR in public relations literature. *Public Relations Review*, 49(1), 102284.
- Dunan, A. (2020). Government communications in digital era: Public relation and democracy. *Jurnal Pekommas*, 5(1), 71–80.
- Fage-Butler, A. (2023). *Risk and responsabilisation in public communication: The global challenges of COVID-19 and climate change*. Routledge.
- Lee, M. (2011). *The Practice of Government Public Relations* (M. Lee, G. Neeley, & K. Stewart (eds.); ke 1). CRC Press.
- Lee, M., Neeley, G., & Stewart, K. (2021). *The practice of government public relations*. Routledge.
- Martinelli, D. K. (2011). *The Practice of Government Public Relations* (M. Lee, G. Neeley, & K. Stewart (eds.); Ke 1). CRC Press.
- Noor, L. N. F., & Wathoni, K. (2020). Peran Pengawas Pendidikan Agama Islam (PPAI) dalam Meningkatkan Kompetensi Guru Pai di SMP Swasta Wilayah Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo. *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(01), 1–24. <https://doi.org/10.21154/maalim.v1i01.2185>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PROfesi Humas*, 6(2), 286–310.
- Palmieri, R., & Mazzali-Lurati, S. (2021). Strategic communication with multiple audiences: polyphony, text stakeholders, and argumentation. *International Journal of Strategic Communication*, 15(3), 159–176.
- Putri, Y. D., & Sutarjo, M. A. S. (2023). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram@ humas_bandung. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3198–3205.
- Ramadhan, I. H., & Saputro, E. P. N. (n.d.). *Strategi Government Public Relations (GPR) Pemda DIY dalam mengelola informasi publik pasca pandemi covid-19*.
- Rizqi, M., & Hariyoko, Y. (2023). Strategi Government Public Relations Desa Mojomalang, Kecamatan Parengan, Kabupaten Tuban dalam Implementasi Kebijakan Pemerintah Terkait Bantuan Penanganan bagi Masyarakat Terdampak Covid-19. *Jurnal Representamen Vol*, 9(01).
- Rorong, M. J., Salsabila, L., & Razali, G. (2025). *Humas Pemerintah*. Deepublish.
- Sulistiyo, U. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. PT Salim Media Indonesia.
- Tajik, O., Golzar, J., & Noor, S. (2025). Purposive sampling. *International Journal of*

Education & Language Studies, 1–9.

Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. 7, 2896–2910.

Yudarwati, G. A., Putranto, I. A., & Delmo, K. M. (2022). Examining the Indonesian government's social media use for disaster risk communication. *Asian Journal of Communication*, 32(1), 1–20.

Yuono, C. (2023). Implementasi Keterbukaan Informasi Publik Pemerintah Kabupaten Mukomuko, Provinsi Bengkulu. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 418–431.