

Digital Communication of PLN UP3 Sibolga in the Dissemination of Public Service Information through Social Media: The Role of Artificial Intelligence and Human Touch

(Komunikasi Digital PLN UP3 Sibolga dalam Publikasi Informasi Layanan Publik di Media Sosial: Peran Artificial Intelligence dan Human Touch)



Fadli Febriansyah Zen ^{a,1,*}, Indira Fatra Deni Peranginangin ^{a,2}

^a Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan 20135, Indonesia

E-mail: ¹Fadli0603221045@uinsu.ac.id; ²indirafatra@uinsu.ac.id;

*Corresponding Author.

E-mail address: Fadli0603221045@uinsu.ac.id (F.F. Zen).

Received: April 8, 2026 | Revised: April 16, 2026 | Accepted: April 22 2026



Abstract: This study aims to analyze the digital communication of PLN UP3 Sibolga in disseminating public service information through social media, focusing on the role of Artificial Intelligence (AI) and human touch in public relations practices. While previous studies have examined digital communication and AI in public relations, studies that integrate both aspects in local public service contexts remain limited. This research employs a qualitative descriptive approach, with data collected through in-depth interviews with public relations personnel and documentation of social media content. The results show that digital communication has been utilized to support the dissemination of public service information, with AI functioning as a supporting tool to improve efficiency in content production. However, human involvement remains essential to ensure clarity, empathy, and appropriateness of the message. In addition, digital communication through social media has not fully replaced the public's need for direct communication. Therefore, effective public service communication requires the integration of technological utilization with a humanistic approach to ensure that information is properly understood by the public.

Keywords: digital communication; public relations; artificial intelligence; human touch; public service; social media.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi digital PLN UP3 Sibolga dalam publikasi informasi layanan publik melalui media sosial, dengan fokus pada peran Artificial Intelligence (AI) dan human touch dalam praktik kehumasan. Penelitian sebelumnya telah membahas komunikasi digital dan pemanfaatan AI, namun kajian yang mengintegrasikan keduanya dalam konteks pelayanan publik daerah masih terbatas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap pihak humas serta dokumentasi konten media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital telah dimanfaatkan dalam penyebaran informasi layanan publik, dengan AI berperan sebagai alat bantu untuk meningkatkan efisiensi produksi konten. Namun demikian, peran manusia tetap penting untuk memastikan kejelasan, empati, dan kesesuaian pesan. Selain itu, komunikasi digital melalui media sosial belum sepenuhnya menggantikan kebutuhan masyarakat terhadap komunikasi langsung. Oleh karena itu, komunikasi layanan publik yang efektif memerlukan integrasi antara pemanfaatan teknologi dan pendekatan humanis agar informasi dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat.

Kata kunci: komunikasi digital; hubungan masyarakat; kecerdasan buatan; human touch; pelayanan publik; media sosial.

Pendahuluan

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi



lembaga pelayanan publik. Media sosial kini menjadi sarana utama dalam penyampaian informasi karena mampu menjangkau masyarakat secara luas, cepat, dan berkelanjutan (Yanti & Riofita, 2025). Dalam konteks pelayanan publik, komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan dan hubungan antara lembaga dan masyarakat (Supriyanto et al., 2024).

PT PLN (Persero) sebagai badan usaha milik negara yang bergerak di bidang ketenagalistrikan memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan berbagai informasi layanan publik, seperti pemadaman listrik terencana, pemeliharaan jaringan, dan layanan pelanggan (Sari & Bara Kusuma, 2024). Namun, dalam praktiknya, penyampaian informasi layanan publik melalui media digital masih menghadapi tantangan, khususnya terkait pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan secara daring (Yanti & Riofita, 2025).

Berdasarkan pengalaman lapangan peneliti selama melaksanakan kegiatan magang di bagian humas PLN UP3 Sibolga, masih ditemukan masyarakat yang memilih datang langsung ke kantor untuk memperoleh penjelasan yang dianggap lebih jelas dan personal, meskipun informasi telah dipublikasikan melalui media sosial. Fenomena ini sejalan dengan temuan penelitian lain yang menyatakan bahwa komunikasi digital layanan publik sering kali belum sepenuhnya menggantikan kebutuhan masyarakat akan komunikasi langsung yang bersifat humanis (Afrida et al., 2025).

Seiring dengan perkembangan teknologi, Artificial Intelligence (AI) mulai dimanfaatkan dalam praktik komunikasi dan kehumasan, khususnya dalam membantu proses pembuatan dan pengelolaan konten digital (Prasojo, 2024). AI dipandang mampu meningkatkan efisiensi kerja humas serta menjaga konsistensi pesan yang disampaikan kepada publik. Namun demikian, komunikasi layanan publik tidak dapat sepenuhnya mengandalkan teknologi, karena aspek empati, kejelasan bahasa, dan kedekatan emosional atau *human touch* tetap menjadi elemen penting dalam penyampaian informasi (Yanti & Riofita, 2025).

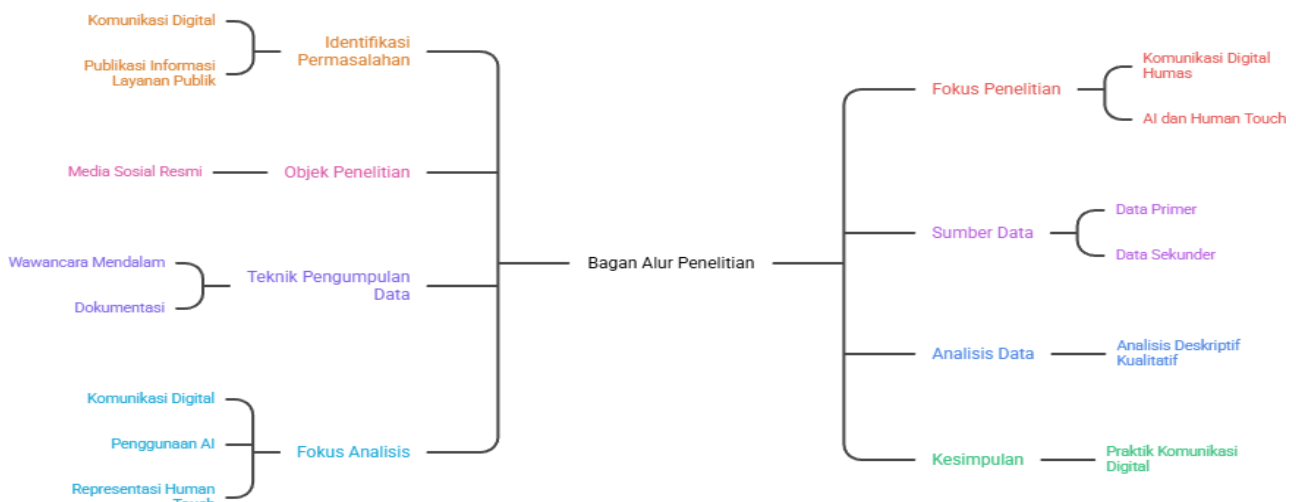
Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam public relations dipahami sebagai penggunaan teknologi cerdas untuk mendukung perencanaan, produksi, dan distribusi pesan komunikasi (Haikal et al., 2025). AI berfungsi sebagai alat bantu yang meningkatkan efisiensi kerja humas, namun tetap membutuhkan kontrol dan sentuhan manusia dalam proses komunikasi (Mustikaningsih & Fahrudin, 2024).

Konsep *human touch* dalam komunikasi pelayanan publik menekankan pentingnya empati, penggunaan bahasa yang komunikatif, serta kepekaan terhadap kondisi masyarakat (Fitri et al., 2024). Penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi humanis tetap menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan publik, meskipun komunikasi dilakukan melalui media digital (Fadlilah, 2025).

Penelitian terdahulu umumnya mengkaji komunikasi digital lembaga publik dari aspek efektivitas media sosial dan kualitas layanan (Jumroh et al., 2024). Penelitian lain membahas penggunaan AI dalam praktik komunikasi sebagai inovasi teknologi yang mendukung kinerja organisasi (Haikal et al., 2025). Namun, kajian yang secara khusus mengkaji praktik komunikasi digital humas dengan mengintegrasikan penggunaan AI dan representasi *human touch* dalam publikasi informasi layanan publik pada unit daerah, seperti PLN UP3 Sibolga, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, komunikasi digital belum sepenuhnya menggantikan kebutuhan komunikasi langsung yang bersifat personal dan empatik (Renanda & Rosidin, 2025).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam praktik komunikasi digital humas PLN UP3 Sibolga dalam publikasi informasi layanan publik melalui media sosial, serta menelaah peran penggunaan Artificial Intelligence (AI) dan representasi *human touch* dalam penyampaian pesan.



Gambar 1. Bagan Alur Penelitian Komunikasi Digital PLN UP3 Sibolga dalam Publikasi Informasi Layanan Publik

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak humas PLN UP3 Sibolga yang terlibat langsung dalam perencanaan, pengelolaan, dan penyebaran informasi layanan publik melalui media sosial. Pemilihan informan dilakukan secara purposif, dengan pertimbangan bahwa pihak humas memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait praktik komunikasi digital yang diteliti.

Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi berupa konten media sosial PLN UP3 Sibolga, yang mencakup caption, visual, serta gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam publikasi informasi layanan publik.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap konten media sosial PLN UP3 Sibolga, serta dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi digital, pemanfaatan AI, dan pertimbangan humas dalam menyisipkan unsur *human touch*. Observasi dan dokumentasi digunakan untuk memperkuat serta memverifikasi data hasil wawancara.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan mengacu pada indikator komunikasi digital, penggunaan AI, dan *human touch* untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik komunikasi digital humas PLN UP3 Sibolga.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memastikan konsistensi serta validitas temuan penelitian.

Hasil

Temuan penelitian menunjukkan bahwa PLN UP3 Sibolga telah menjadikan media sosial sebagai kanal utama dalam publikasi informasi layanan publik. Platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp digunakan secara aktif untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat, seperti jadwal pemadaman listrik, pemeliharaan jaringan, gangguan kelistrikan, serta layanan pelanggan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi, pemanfaatan media sosial dinilai mampu mempercepat distribusi informasi dan memperluas jangkauan komunikasi tanpa bergantung sepenuhnya pada media konvensional.

Selain itu, komunikasi digital yang dilakukan oleh humas PLN UP3 Sibolga tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada upaya penyederhanaan pesan

teknis agar dapat dipahami oleh masyarakat umum. Informasi teknis terlebih dahulu dipilah, diringkas, dan diterjemahkan ke dalam bahasa yang lebih komunikatif sebelum dipublikasikan. Strategi ini dilakukan karena informasi layanan kelistrikan cenderung mengandung istilah teknis yang tidak mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat.

Hasil observasi menunjukkan bahwa penyajian informasi tidak hanya mengandalkan teks, tetapi juga diperkuat dengan penggunaan unsur visual seperti infografis, format pengumuman singkat, serta caption yang menekankan poin-poin inti. Penggunaan visual ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik serta mempermudah pemahaman informasi. Namun demikian, masih ditemukan masyarakat yang mengajukan pertanyaan berulang terkait isi pengumuman, yang menunjukkan bahwa penyampaian pesan secara digital belum sepenuhnya menghasilkan pemahaman yang utuh.

Dalam aspek teknologi, penelitian ini menemukan bahwa Artificial Intelligence (AI) mulai dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam produksi konten komunikasi digital. AI digunakan pada tahap awal penyusunan konten, seperti membantu pembuatan caption, memberikan alternatif redaksi, serta menghasilkan ide konten. Meskipun demikian, hasil dari AI tidak digunakan secara langsung, melainkan tetap melalui proses peninjauan dan penyesuaian oleh humas untuk memastikan kesesuaian konteks.

Temuan lain menunjukkan bahwa unsur *human touch* tetap dipertahankan dalam praktik komunikasi digital. Humas berupaya menghadirkan komunikasi yang ramah, responsif, dan empatik, baik dalam penyusunan konten maupun dalam merespons interaksi masyarakat. Pendekatan ini dilakukan karena komunikasi layanan publik tidak hanya menuntut kecepatan, tetapi juga kemampuan untuk memberikan rasa dipahami dan dilayani.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital PLN UP3 Sibolga berkembang secara adaptif melalui integrasi media sosial, pemanfaatan AI, dan pendekatan humanis. Namun, komunikasi digital belum sepenuhnya menggantikan kebutuhan masyarakat terhadap komunikasi langsung, terutama untuk informasi yang bersifat penting dan berdampak langsung pada aktivitas sehari-hari.

Tabel 1. Ringkasan Temuan Penelitian Komunikasi Digital PLN UP3 Sibolga

Aspek	Temuan Utama	Implikasi
Media sosial	Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai kanal utama publikasi	Mempercepat distribusi dan memperluas jangkauan informasi
Penyederhanaan pesan	Informasi teknis disederhanakan menjadi bahasa komunikatif	Meningkatkan keterpahaman masyarakat
Visualisasi konten	Penggunaan infografis, caption singkat, dan format ringkas	Menarik perhatian dan memudahkan pemahaman
Keterbatasan pemahaman	Masyarakat masih bertanya ulang	Komunikasi digital belum sepenuhnya efektif
Pemanfaatan AI	Digunakan untuk ide dan draft konten	Meningkatkan efisiensi kerja humas
Peran manusia	AI tidak digunakan secara langsung tanpa revisi	Menjamin konteks dan akurasi pesan
Human touch	Bahasa empatik dan respons personal	Meningkatkan kedekatan dan kepercayaan
Kebutuhan komunikasi langsung	Masyarakat masih membutuhkan interaksi langsung	Digital tidak sepenuhnya menggantikan komunikasi tatap muka

Diskusi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi instrumen strategis bagi PLN UP3 Sibolga dalam menyampaikan informasi layanan publik secara cepat dan luas. Dalam konteks komunikasi pelayanan publik, pemanfaatan Instagram, Facebook, dan WhatsApp merefleksikan pergeseran pola komunikasi organisasi dari model konvensional menuju model digital yang lebih adaptif terhadap perilaku masyarakat. Kondisi ini sejalan dengan pandangan bahwa komunikasi digital memungkinkan lembaga publik membangun konektivitas yang lebih intens dengan audiens melalui arus informasi yang real time, fleksibel, dan mudah diakses (Widianto et al., 2025). Di sisi lain, efektivitas penggunaan media sosial dalam pelayanan publik tidak hanya terletak pada kemampuan distribusi pesan, tetapi juga pada kapasitas institusi dalam menjadikan platform digital sebagai ruang interaksi yang informatif dan fungsional (Supriyanto et al., 2024). Dengan demikian, media sosial pada kasus PLN UP3 Sibolga tidak hanya berfungsi sebagai saluran publikasi, melainkan juga sebagai medium pelayanan yang memperpendek jarak komunikasi antara lembaga dan masyarakat.

Temuan mengenai upaya penyederhanaan informasi teknis menjadi pesan yang lebih komunikatif memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi publik sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi menerjemahkan bahasa institusional ke dalam bahasa publik. Informasi mengenai pemadaman, gangguan jaringan, maupun pemeliharaan listrik pada dasarnya bersifat teknis dan administratif, sehingga apabila disampaikan tanpa adaptasi bahasa akan berpotensi menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, langkah humas dalam menyederhanakan istilah teknis dapat dipahami sebagai bentuk pengelolaan pesan agar sesuai dengan karakteristik audiens. Hal ini selaras dengan gagasan bahwa inti komunikasi tidak hanya terletak pada isi informasi, tetapi juga pada cara pesan dibingkai dan disampaikan agar mudah dipahami oleh penerima (Jannah et al., 2022). Dalam perspektif komunikasi pelayanan publik, penyederhanaan pesan merupakan bagian dari strategi membangun kejelasan makna, karena pesan yang sederhana cenderung lebih mudah diterima, dipahami, dan direspons oleh masyarakat (Yusniah et al., 2023).

Pemanfaatan elemen visual seperti infografis, caption singkat, dan format pengumuman ringkas menunjukkan bahwa PLN UP3 Sibolga telah menerapkan prinsip komunikasi digital yang mengedepankan daya tarik visual dan efisiensi perhatian audiens. Dalam ekosistem media sosial, masyarakat cenderung berinteraksi dengan konten yang tidak rumit, cepat dipahami, dan mudah dibaca dalam waktu singkat. Oleh karena itu, penggunaan visual bukan hanya elemen estetis, tetapi juga merupakan strategi komunikasi untuk meningkatkan keterbacaan informasi publik. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa efektivitas media sosial pemerintah dan lembaga pelayanan publik sangat dipengaruhi oleh kualitas pengemasan pesan, termasuk kesederhanaan bahasa dan daya dukung visualnya (Yanti & Riofita, 2025). Namun, munculnya pertanyaan berulang dari masyarakat memperlihatkan bahwa visualisasi pesan belum secara otomatis menjamin pemahaman yang utuh. Artinya, komunikasi digital yang efektif tidak hanya memerlukan desain pesan yang menarik, tetapi juga akurasi konteks, relevansi informasi, dan kesesuaian antara isi pesan dengan kebutuhan konkret audiens (Jumroh et al., 2024).

Temuan tentang masih adanya masyarakat yang belum sepenuhnya memahami informasi yang dipublikasikan menunjukkan adanya batasan inheren dalam komunikasi digital pelayanan publik. Meskipun media sosial mampu mempercepat distribusi informasi, sifat komunikasi digital yang cenderung singkat dan tidak selalu dialogis dapat mengurangi kedalaman pemahaman penerima pesan. Dalam konteks ini, keterbatasan komunikasi digital bukan berarti media tersebut tidak efektif, melainkan menunjukkan bahwa penyampaian informasi layanan publik memerlukan strategi lanjutan berupa klarifikasi, respons interaktif, dan penguatan makna. Hal ini mendukung pandangan bahwa digitalisasi pelayanan publik memang mampu mempermudah birokrasi dan akses informasi, tetapi tidak serta-merta menghilangkan persoalan interpretasi pesan di tingkat masyarakat (Renanda & Rosidin, 2025).

Dengan kata lain, efektivitas komunikasi digital harus diukur tidak hanya dari keberhasilan pesan dipublikasikan, tetapi juga dari sejauh mana pesan tersebut benar-benar dipahami dan mampu menurunkan ketidakpastian informasi di kalangan publik.

Dalam aspek pemanfaatan Artificial Intelligence (AI), temuan penelitian memperlihatkan bahwa AI telah berfungsi sebagai alat bantu praktis dalam mendukung produksi konten komunikasi digital, terutama pada tahap penyusunan caption, pengembangan ide pesan, dan percepatan alur kerja humas. Fenomena ini menunjukkan bahwa praktik public relations di era digital semakin terbuka terhadap integrasi teknologi cerdas untuk mendukung efisiensi organisasi. Secara teoretis, pemanfaatan AI dalam komunikasi humas memang dapat meningkatkan produktivitas, konsistensi pesan, dan kecepatan kerja, khususnya dalam aktivitas rutin yang bersifat teknis dan repetitif (Prasojo, 2024). Temuan ini juga sejalan dengan kajian yang menempatkan AI sebagai instrumen pendukung dalam praktik public relations modern, bukan sebagai pengganti penuh komunikator manusia (Haikal et al., 2025). Dalam kasus PLN UP3 Sibolga, AI dimanfaatkan secara fungsional, namun penggunaannya tetap berada dalam kerangka kontrol manusia agar pesan yang dihasilkan tidak lepas dari konteks lokal dan kebutuhan audiens.

Meskipun AI membantu efisiensi kerja humas, temuan penelitian menegaskan bahwa teknologi tersebut belum mampu sepenuhnya menggantikan penilaian manusia dalam komunikasi pelayanan publik. Hasil keluaran AI tetap harus ditinjau, disesuaikan, dan diperhalus agar selaras dengan situasi sosial, budaya bahasa, dan karakter masyarakat setempat. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi publik bukan semata-mata aktivitas teknis memproduksi teks, melainkan proses sosial yang menuntut sensitivitas, pertimbangan etis, dan pemahaman kontekstual. Literatur tentang AI dalam public relations juga menekankan bahwa tantangan utama dari penggunaan teknologi cerdas terletak pada keterbatasannya dalam menangkap nuansa emosi, makna sosial, dan kebutuhan interpersonal audiens (Mustikaningsih & Fahrudin, 2024). Oleh karena itu, dalam konteks layanan publik seperti PLN UP3 Sibolga, AI lebih tepat diposisikan sebagai *co-creator* atau asisten komunikasi, sementara manusia tetap menjadi aktor utama yang menentukan validitas, empati, dan kelayakan pesan sebelum dipublikasikan.

Temuan paling penting dari penelitian ini adalah tetap kuatnya unsur *human touch* dalam komunikasi digital pelayanan publik. Masyarakat tidak hanya memerlukan informasi yang cepat, tetapi juga cara penyampaian yang ramah, empatik, jelas, dan terasa personal. Dalam komunikasi pelayanan publik, *human touch* menjadi unsur esensial karena berkaitan langsung dengan pembentukan rasa percaya, rasa dipahami, dan rasa dilayani. Temuan ini memperkuat argumen bahwa digitalisasi komunikasi tidak boleh menghilangkan dimensi kemanusiaan dalam interaksi antara lembaga dan publik (Fitri et al., 2024). Bahkan dalam lingkungan komunikasi yang serba digital, pendekatan humanis tetap menjadi prasyarat untuk menjaga kualitas hubungan institusional dengan masyarakat (Fadlilah, 2025). Dengan demikian, kasus PLN UP3 Sibolga menegaskan bahwa model komunikasi pelayanan publik yang ideal bukanlah model yang sepenuhnya bertumpu pada teknologi, melainkan model komunikasi digital yang mampu mengintegrasikan efisiensi media, dukungan AI, dan sentuhan manusia secara seimbang agar informasi layanan publik benar-benar efektif, dipahami, dan dipercaya oleh masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi digital PLN UP3 Sibolga dalam publikasi informasi layanan publik telah menunjukkan transformasi yang adaptif melalui pemanfaatan media sosial sebagai kanal utama penyebaran informasi, penggunaan Artificial Intelligence (AI) sebagai alat bantu dalam meningkatkan efisiensi produksi konten, serta penguatan unsur *human touch* dalam interaksi dengan masyarakat.

Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi layanan publik di era digital

tidak hanya ditentukan oleh kecepatan distribusi pesan dan pemanfaatan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan institusi dalam menyederhanakan informasi teknis, membangun kejelasan pesan, serta menghadirkan komunikasi yang empatik, responsif, dan kontekstual.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa AI berperan penting dalam mendukung efektivitas kerja humas, namun belum mampu menggantikan sensitivitas manusia dalam memahami kebutuhan sosial dan karakter audiens. Oleh karena itu, komunikasi layanan publik yang efektif memerlukan integrasi antara pemanfaatan teknologi dan pendekatan humanis agar informasi tidak hanya tersampaikan, tetapi juga dipahami, dipercaya, dan diterima oleh masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara serta Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi atas dukungan akademik yang diberikan.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing atas arahan, bimbingan, dan masukan yang konstruktif selama proses penyusunan artikel ini.

Penulis turut menyampaikan terima kasih kepada keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan moril maupun material, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini, baik yang bersifat finansial, profesional, maupun personal, yang dapat memengaruhi hasil dan interpretasi penelitian.

Daftar Pustaka

- Afrida, M. A., Nuradhawati, R., & Yovinus, Y. (2025). Kualitas pelayanan publik di era digitalisasi Kantor Kecamatan Genteng Kota Surabaya. *Jurnal Prinsip: Jurnal Mahasiswa Magister Ilmu Pemerintahan*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.52423/neores.v5i2.236>
- Bramanta, J. R., & Burhani, A. A. I. (2025). Pengelolaan digital public relations pada media sosial Instagram @Pusdiklatanri. *Jurnal Manajemen dan Publik*, 5(1), 194–204. <https://doi.org/10.37090/jmp.v5i1.2556>
- Fitri, A., Husna, A., Fahrimal, Y., & Syam, F. (2024). Maximizing public service through a humanistic communication approach. *Community Empowerment*, 9(3), 531–538. <https://doi.org/10.31603/ce.11064>
- Fadlilah, N. (2025). Peran government cyber public relations pada komunikasi digital pemerintah Jawa Barat: Studi atas platform “Sapawarga”. *Komunikologi*, 9(2), 1–17. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v9i2.25262>
- Haikal, A., Leliana, I., Septian, R., Kusnadi, E., & Tanti, D. S. (2025). Pemanfaatan AI dan chatbot dalam praktik public relations: Adaptasi teknologi dan etika komunikasi. *Jurnal Public Relations*, 6(1), 62–67. <https://doi.org/10.31294/jpr.v6i1.9606>
- Jannah, M., Deni, I. F., & Rozi, F. (2022). Strategi komunikasi organisasi satuan lalu lintas tertib lalu lintas. *SIBATIK Journal*, 1(12), 2691–2698. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.416>
- Jumroh, J., Antoni, D., Mustain, A., Yoga, M., & Pratama, J. (2024). Exploring the impact of social media technology on public service efficiency: A case study of Indonesian local government. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Digital*, 8(8), 1–30. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i8.5181>
- Mustikaningsih, M., & Fahrudin, A. (2024). Tantangan dan peluang dunia public relations di era kecerdasan buatan: Sebuah tinjauan literatur. *Jurnal Ilmu Komunikasi Aktual*, 7(1), 99–110. <https://doi.org/10.31949/jika.v7i1.10145>

- Prasojo, R. (2024). Public relation di era digital: Pengaruh teknologi artificial intelligence terhadap praktik public relations modern. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(3), 208–212.
- Renanda, A. A., & Rosidin, A. (2025). Efektivitas pelayanan digital dalam mempermudah birokrasi dan pengelolaan data publik. *Jurnal Publikasi Nasional Manajemen Bisnis*, 1(8), 1651–1657. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i8.310>
- Sari, N., & Bara Kusuma, Y. (2024). Efektivitas penggunaan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi informasi publik PT PLN (Persero) UP3 Sidoarjo. *Economic and Business Management International Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i4.4431>
- Supriyanto, D., Nuryanti, N., & Noegroho, A. (2024). Media sosial dalam efektivitas komunikasi pelayanan publik instansi pemerintah daerah. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7796–7810.
- Widianto, E., Pawito, P., & Rahmanto, A. (2025). Communication in the digital age: A systematic review of the function of social media adoption in public relations practice. *Mediacon*.
- Yanti, R., & Riofita, H. (2025). Efektivitas media sosial pemerintah dalam meningkatkan akses dan kualitas pelayanan publik di era digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 17095–17097. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.28563>
- Yusniah, A. P., & Simatupang, A. (2023). Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 330–337. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i2.2460>