

STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN DALAM MENGINFORMASIKAN LAYANAN PUBLIK MELALUI YOUTUBE

Intan Leliana¹, Venessa Agusta²

¹Universitas Bina Sarana Informatika, intan.ila@bsi.ac.id

²Universitas Bina Sarana Informatika, venessa.vss@bsi.ac.id

ABSTRAK

Humas pemerintah memiliki fungsi mengedukasi masyarakat untuk meningkatkan citra dan reputasi pemerintah, membangun jembatan sosialisasi yang baik, membangun hubungan yang menguntungkan antar stakeholder serta membangun kepercayaan. Selain itu humas juga harus berupaya bagaimana untuk menjalin hubungan baik dengan media. Kementerian Perindustrian, berperan penting untuk menginformasikan baik itu produk industri kecil atau informasi-informasi tentang industri di daerah ke masyarakat luas. Layanan informasi yang diberikan oleh Kementerian Perindustrian melalui media online youtube. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, studi kepustakaan dan Dokumentasi. Adapun untuk analisa data menggunakan deskriptif. Kesimpulan adalah Media sosial youtube berperan sangat penting dalam penyebaran informasi, dimana media sosial youtube yang dapat diakses dengan mudah oleh jutaan orang menjadi media yang sangat tepat bagi penyebaran informasi kepada publik internal dan publik eksternal.

Kata kunci : Strategi, Humas, Media Baru

ABSTRACT

Government public relations has the function of educating the public to improve the image and reputation of the government, build a good bridge of socialization, build beneficial relationships between stakeholders and build trust. In addition, public relations must also try how to establish good relations with the media. The Ministry of Industry, plays an important role in informing the small industry products or information about industries in the region to the wider community. Information services provided by the Ministry of Industry through online youtube. The research method used is a qualitative research approach with data collection techniques namely observation, interviews, literature study and documentation. As for data analysis using descriptive. The conclusion is that YouTube social media plays a very important role in the dissemination of information, where YouTube social media that can be easily accessed by millions of people becomes a very appropriate media for disseminating information to the internal public and external public.

Keywords: Strategy, Public Relations, New Media

PENDAHULUAN

Di era keterbukaan informasi seperti ini, dimana masyarakat atau publik sudah semakin kritis terhadap pemberitaan, maka peran humas sangat penting sebagai layanan publik untuk memberikan informasi yang jelas dan sesuai fakta yang ada diperusahaan, pemerintah maupun organisasi lainnya, dengan cara yang baik dan benar agar dapat diterima publik.

Sebutan Humas atau Hubungan Masyarakat keberadaannya penting dalam sebuah instansi pemerintahan atau badan publik. Menurut (Ruslan, 2011) Humas merupakan seni (*art*) dan Humas gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan *marketing* untuk membentuk agar perusahaan atau lembaga, gagasan atau ide yang ditawarkan, nama dan produknya menjadi disukai dan dapat dipercaya oleh publik.

Kementerian Perindustrian adalah Kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan industri di Indonesia berada di bawah tanggung jawab Presiden, dipimpin oleh Menteri Airlangga Hartarto sejak tanggal 27 Juli 2016. Tugas pokok Kementerian Perindustrian menyelenggarakan urusan di bidang industri dalam pemerintahan untuk membantu Presiden menjalankan pemerintahan negara.

Kementerian Perindustrian, berperan penting untuk menginformasikan baik itu produk industri kecil atau informasi-informasi tentang industri di daerah ke masyarakat luas. Untuk itu Humas Kementerian Perindustrian melakukan sebuah fungsi manajemen yang menjadi jembatan

komunikasi antara organisasi dengan publiknya tentu mempunyai peranan dalam mengatasi hal tersebut. Adanya pemberitaan negatif di media yang disebar luaskan kepada masyarakat luas, tentu menjadi sebuah perhatian besar yang harus ditanggulangi, mengingat citra organisasi sebagai taruhannya.

Dengan adanya media sosial, maka isu-isu negatif yang sedang berkembang tentu dapat diminimalisir dengan cara mempublikasikan informasi secara terbuka dan transparan dan kerap dijadikan suatu alat atau media untuk melakukan strategi komunikasi khususnya untuk melakukan promosi atau memberikan informasi kepada publik. Setiap media sosial memiliki kegunaan dan karakteristiknya masing-masing. Salah satunya media sosial Youtube.

Strategi Humas yang ditawarkan dan tepat untuk masalah yang dihadapi oleh Kementerian Perindustrian adalah dengan memberikan informasi layanan publik melalui media sosial youtube. Youtube merupakan sebagai sarana transparansi komunikasi kepada publik dalam memberikan informasi. Sebagai salah satu media baru yang populer di Indonesia penggunaan media Youtube memiliki keunggulan dimana kita dapat berbagi video secara gratis, dan khalayak dapat melihat secara audio visual. Melihat latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Humas Kementerian Perindustrian dalam menginformasikan layanan publik melalui youtube”

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka penelitian merumuskan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian

1. Bagaimana Strategi humas Kementerian Perindustrian dalam Menginformasikan layanan publik
2. Apa saja hambatan komunikasi dalam menginformasikan layanan publik pada Kementerian Perindustrian

. Tujuan penelitian mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisa Strategi Humas Kementerian Perindustrian dalam menginformasikan layanan publik
2. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisa hambatan komunikasi dalam menginformasikan layanan publik pada Kementerian Industri.

KAJIAN LITERATUR

Humas

Hubungan Masyarakat atau lebih sering disebut dengan Humas atau Public Relations sudah tidak asing lagi, untuk memperjelas apa itu humas maka penulis mengutip beberapa pendapat para ahli tentang humas.

Rex Harlow daam Gassing dan Suryanto (Gassing, Syarifuddin, & Suryanto, 2016) berpendapat bahwa Hubungan Masyarakat sebagai Fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya,

menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, kerja sama, melibatkan manajemen dalam am menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen untuk mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam menganstisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama

Menurut (Scott, 2006) dalam *effective Public Relations*, hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengenali, membangun dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara sebuah organisasi dan berbagai khalayaknya dimana kesuksesan atau kegagalan organisasi.

Pengertian humas (hubungan masyarakat) adalah usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat. Kesuksesan atau kegagalan dari sebuah organisasi dapat dipengaruhi oleh kegiatan humas atau Public Relations (kanal.web.id).

Jadi hubungan masyarakat adalah ilmu sosial yang menganalisa kecenderungan, memprediksi, konsekuensi mereka, menasihati pimpinan organisasi dan melaksanakan program-program kegiatan yang telah direncanakan yang menguntungkan baik bagi organisasi maupun khalayaknya.

Fungsi Humas

Fungsi berarti berbicara masalah kegunaan dari Humas dalam mencapai sebuah tujuan organisasi atau lembaga. Menurut Cutlip dan Center dalam Kusumastuti (2004) mengatakan bahwa fungsi humas meliputi hal-hal berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
3. Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
4. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.

Strategi

Strategi menurut strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tertentu tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

(Scott, 2006) mendefinisikan strategi merupakan penentuan tujuan dan sasaran usaha jangka panjang yang diadopsi upaya pelaksanaan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi Humas

Menurut Oliver dalam Kholisoh “Menjelaskan bahwa yang strategi Humas merupakan usaha yang terencana dan terus menerus untuk mencapai tujuan dan saling

pengertian antara perusahaan dengan publiknya.”

Thomas L. Harris (Harris, 1991) mengatakan bahwa terdapat tiga taktik (*three ways strategi*) dari strategi Humas agar dapat melaksanakan program dalam mencapai tujuan (*goals*) yaitu:

1. *Push* Strategi
2. *Pull* Strategi
3. *Pass* Strategi

Media Publikasi

Menurut (Nasrullah, 2015) memaparkan bahwa “Media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi”.

Menurut Erik dan Susilowati Publications (Publikasi) adalah Cara Public Relation dalam menyebarkan informasi, gagasan atau ide kepada khalayaknya.

Media Informasi

Menurut (Jugiyanto, 2014) Informasi dapat didefinisikan sebagai “hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian (*event*) yang nyata (*fact*) yang digunakan untuk pengambilan keputusan”.

Media Baru

Rogers (1986) dalam (Nasrullah, 2015) mempopulerkan empat fase perkembangan komunikasi yang secara langsung maupun tidak berpengaruh pada kemunculan media komunikasi itu sendiri. Fase-fase yang di populerkan oleh Roger tersebut adalah:

1. Masa komunikasi melalui media tulisan.
2. Masa media komunikasi tercetak.

3. Masa dimana media menjadi lebih interaktif dari sebelumnya. 4. Masa Interactive Communication. Straubhaar dan LaRose dalam Nasrullah (2013:16-17) mencatat bahwa adanya perubahan terminologi menyangkut media. Perubahan tersebut berkaitan dengan perkembangan terkonologi, cakupan area, produksi massal (mass production), distribusi massal (mass distribution), sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa. John Vivian berpendapat “Keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola-pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi, menguburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara real time” (Nasrullah, 2013:17).

Media Sosial

Menurut (Yusmawati, 2017) “Media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan di dunia maya.”

Menurut (Nasrullah, 2015) “Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial virtual.”

Publik Eksternal

(Ruslan, 2011) “Membina hubungan keluar (publik eksternal) Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat).”

Menurut Syarifuddin (2016:98) Mengatakan bahwa Hubungan dengan publik eksternal, yakni hubungan antara organisasi dengan publiknya yang berada di luar organisasi, terdiri dari:

- a. *Costumer relations*
- b. *Community relations*
- c. *Government relations*
- d. *Press relations*
- e. *Suplier relations*
- f. *Distribusi relations*
- g. *Market relations*
- h. *Educational relations*
- i. *Banking relations*

Pelayanan Publik

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok dan/organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan berarti melayani suatu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam segala bidang. Kegiatan pelayanan kepada masyarakat merupakan salah satu tugas dan fungsi administrasi negara.

Pelayanan Publik adalah pemberian jasa , baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah, ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan atau kepentingan masyarakat.

Menurut Thoha dalam (Sedarmayanti, 2011) pelayanan masyarakat adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang dan atau kelompok orang atau instansi tertentu untuk memberi bantuan dan

kemudahan kepada masyarakat dalam mencapai tujuan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, studi kepustakaan dan Dokumentasi. Adapun untuk analisa data menggunakan deskriptif.

Menurut (Sugiyono, 2018) Penelitian deskriptif adalah Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain.

Menurut (Ardianto, 2011) metode deskriptif-kualitatif adalah: Metode deskriptif-kualitatif mencari teori bukan menguji teori. Ciri lain metode deskriptif kualitatif ialah menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*). Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variable. kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variable.

PEMBAHASAN

Tinjauan Perusahaan

Sejak terbentuknya Kabinet Republik Indonesia I dengan sistem *presidensiil* tanggal 19 Agustus 1945, maka wewenang dan tanggung jawab sektor industri dan perdagangan berada di bawah Kementerian Kemakmuran yang

dipimpin oleh Ir. Soerachman Tjokroadisoerjo hingga berakhirnya tugas kabinet ini tanggal 14 November 1945. Berjalannya waktu, kepemimpinan sampai kabinet kerja IV berakhir pada tanggal 27 Agustus 1964, Menteri Perindustrian dan Pertambangan masing-masing dipegang oleh Chairael Saleh, Mayjend Dr. Aziz Saleh selaku Menteri Perindustrian Rakyat, sementara Menteri Perdagangan digantikan oleh Adam Malik. Pada masa kabinet kerja Presiden Joko Widodo secara resmi telah membentuk Kabinet Kerja tanggal 26 Oktober 2014, dan Saleh Husin ditunjuk sebagai Menteri Perindustrian menggantikan Mohamad S Hidayat yang telah berakhir masa tugasnya.

Visi dan misi

Visi

Visi pembangunan industri nasional adalah Indonesia menjadi Negara Industri Tangguh. Industri tangguh bercirikan :

1. Struktur industri nasional yang kuat, dalam, sehat dan berkeadilan.
2. Industri yang berdaya saing tinggi di tingkat global dan
3. Industri yang berbasis inovasi dan teknologi.

Misi

1. Meningkatkan peran industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional
2. Memperkuat dan memperdalam struktur industri nasional.
3. Meningkatkan industri yang mandiri, berdaya saing, dan maju, serta industri hijau

Kedudukan Humas di Kementerian Perindustrian

Struktur Organisasi Kementerian Perindustrian dijelaskan bahwa, kedudukan Humas Kementerian Perindustrian berada di bawah Sekretariat Jenderal.

Biro Humas dipimpin oleh seorang pejabat Eselon II dengan sebutan Kepala Biro Hubungan Masyarakat. Kepala biro dibantu dengan tiga orang kepala bagian (Eselon III) yakni Kepala Bagian Hubungan Antar Lembaga dan Kerja Sama, Kepala Bagian Pemberitaan dan Publikasi, Kepala Bagian Informasi Publik. Masing-masing kepala bagian membawahi kepala Sub bagian.

Analisis Situasi

Melihat masih banyak publik internal dan publik eksternal yang kurang paham tentang informasi industri oleh program atau kegiatan yang dimiliki Kementerian Perindustrian maka Humas Kementerian Perindustrian selalu memperbaharui isi informasi industri melalui media sosial Youtube. Jadi dengan adanya media sosial Youtube ini membantu publik internal dan publik eksternal dalam mendapatkan informasi yang *up to date* dari Kementerian Perindustrian.

Tujuan

Menurut hasil wawancara (*key informan*) Bapak Habibi Yusuf Sarjono Pada dasarnya semua program atau kegiatan yang dibuat memiliki tujuan. Begitu pula dengan penggunaan media sosial “Youtube” dalam penyebaran informasi industri kepada publik eksternal ini yang

dilakukan oleh Humas Kementerian Perindustrian. Tujuan dari dibuat youtube adalah diupayakan publik eksternal mendapatkan informasi industri tidak hanya berupa informasi gambar atau tulisan tetapi juga dapat sumber informasi media komunikasi untuk eksternal secara luas.

Target Audience/khalayak

Youtube juga mempunyai target *audience* atau khalayak yang diantaranya target primer dan sekunder. Humas Kementerian Perindustrian memilih publik internal (para pegawai) dan publik eksternal yaitu masyarakat umum Indonesia, asosiasi pengusaha, dan pemerintah (kementerian) lainnya. Dengan sifatnya yang terbuka dalam penyampaian informasi industri, Humas menargetkan agar para kalangan muda dan seluruh masyarakat yang melihat Youtube Kementerian Perindustrian dapat terinspirasi dan menerima dengan baik informasi industri.

Pesan

Pesan yang disampaikan yaitu humas akan membuat sebuah pedoman pengelolaan media sosial dimana pedoman tersebut mencakup narasi atau strategi besarnya humas itu sendiri baik dalam hal pembagian tugas, rules atau aturan-aturan dalam mempublikasikan informasi melalui media sosial, karena setiap media sosial mempunyai karakteristik strategi ataupun bentuk publikasi yang berbeda-beda.

Strategi dan taktik

Strategi yang dilakukan kementerian perindustrian dalam mempublikasikan informasi kepada

publik eksternal adalah dengan membuat akun di Media sosial Youtube dengan taktik yaitu :

1. Berinovasi dalam membuat konten-konten yang akan disajikan
2. Melakukan publisitas 3 kali dalam seminggu.
3. Mempertahankan mutu dari konten yang dibuat guna memberikan informasi kepada masyarakat perkembangan industri yang terjadi di Indonesia.

Kriteria evaluasi

Tabel. III.1

Kriteria evaluasi

No.	Tujuan	Program	Indikator
1.	Memberikan informasi kepada pihak eksternal dan internal.	1. Mempublikasikan informasi industri	1. Update informasi terkini dari Kementerian Perindustrian ke publik eksternal menjadi mudah.
2.	Mengintensifkan informasi industri melalui media sosial Youtube dan selalu memperbaharui konten yang ada.	Kementerian Perindustrian melalui media sosial media Youtube.	2. Peningkatan teknologi yang semakin canggih dalam penyebaran informasi melalui media sosial Youtube.
3.	Mensosialisasikan program atau kegiatan dalam mempublikasikan informasi industri yang ada di Kementerian Perindustrian.		3. Meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai informasi industri yang ada di kementerian perindustrian.

Pelaksanaan

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan key informan perihal strategi Humas Kementerian Perindustrian dalam mempublikasikan informasi melalui media sosial Youtube yang telah dipublikasi sejak tanggal 17 Januari 2016 sampai dengan saat ini. Untuk melakukan program atau kegiatan tersebut tentunya Kementerian Perindustrian benar-benar menyiapkan segala sesuatunya dengan matang. Di era

perkembangan zaman yang semakin canggih dalam hal ini Humas juga menyadari betul bahwa penggunaan media sosial semakin berkembangnya zaman sangat dibutuhkan dalam mencari informasi. Maka dari itu berita atau konten yang ditayangkan dalam media sosial Youtube harus selalu *up to date* dan menarik minat *viewers*.

Rangkaian program atau kegiatan Humas dalam hal ini adalah mengkoordinasi dengan semua staff yang bertugas dari staff yang mencari informasi, berkoordinasi dengan seksi dokumentasi apakah perlengkapan dokumentasi sudah memadai. Setelah selesai maka hal terakhir yang dilakukan staff Humas Kementerian Perindustrian adalah membuat laporan yang berkaitan dalam program atau kegiatan mempublikasikan informasi melalui media sosial Youtube.

Evaluasi

Dalam tahap akhir yang dilakukan humas Kementerian Perindustrian adalah mengevaluasi pengelolaan semua media sosial yang ada terutama Youtube. Humas Kementerian Perindustrian melakukan hal ini guna melihat respon dari para pembaca berita ini apakah informasi yang terdapat pada media sosial youtube ini sudah tersampaikan dengan baik atau tidak. Sejauh informasi yang diterbitkan, respon dari pembaca yang diantaranya para pemangku kedudukan (*stakeholder*), tenaga kerja (serikat pekerja), asosiasi pengusaha, dan pemerintahan (kementerian) yaitu positif. Karena melalui Youtube ini publik eksternal dan publik internal dapat dengan

mudah mengakses informasi kapan dan dimana saja berada.

Kendala dan Pemecahan

Kendala yang dihadapi humas kementerian Perindustrian dalam mengelola program atau kegiatan menginformasikan informasi melalui media sosial Youtube kepada publik eksternal adalah jumlah SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki Humas terbatas baik dalam Humas keseluruhan maupun pada bagian Humas pemberitaan dan publikasi sehingga dalam pelaksanaan sedikit terhambat.

Dengan jumlah anggaran yang terbatas, sehingga Humas memilih program atau kegiatan yang ada untuk dijadikan prioritas.

Pemecahan

Berdasarkan hasil wawancara Langkah yang diambil Kementerian Perindustrian untuk pemecahannya yang terjadi pada kendala diatas yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan asset yang sulit diperdagangkan atau ditiru, langka, cocok yang memberikan keunggulan kompetitif perusahaan secara berkelanjutan. Pentingnya peranan Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai dasar utama perusahaan dalam memperoleh keunggulan bersaing disebabkan adanya perubahan lingkungan yang menciptakan tantangan-tantangan baru bagi organisasi. Maka dari itu Humas Kementerian Perindustrian yang terbatas di tuntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam pembuatan program atau kegiatan yang ada dilingkungan perusahaan.

Dengan perkembangan media sosial yang semakin marakpun diharapkan Pemerintah dapat mengalokasikan anggaran yang cukup untuk

menunjang program atau kegiatan Humas Kementerian Perindustrian sehingga seluruh program kegiatan tersebut dapat terlaksana dengan baik dan tersampaikan kepada publik.

PENUTUP

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terkait strategi Humas Kementerian Perindustrian dalam mempublikasikan informasi melalui media sosial youtube, maka penulis dapat menyimpulkannya sebagai berikut:

1. Media sosial youtube berperan sangat penting dalam penyebaran informasi, dimana media sosial youtube yang dapat diakses dengan mudah oleh jutaan orang menjadi media yang sangat tepat bagi penyebaran informasi kepada publik internal dan publik eksternal.
2. Humas Kementerian Perindustrian menggunakan media sosial youtube sebagai media penyebaran baik program atau kegiatan, serta informasi industri yang sedang berkembang dan berjalan saat ini kepada publik internal dan publik eksternal pada umumnya sehingga informasi industri secara lebih cepat dapat disampaikan.
3. Dengan Semakin terbukanya akses perihal perkembangan industri di Indonesia akan semakin banyak kritik dan saran yang di dapat bagi Kementerian Perindustrian, kritik dan saran yang di dapat tentunya akan memberi citra baru kepada Kementerian Perindustrian baik

itu citra positif maupun citra negatif.

www.sumbawabarakab.go.id.
Jurnal Komunikasi, VIII(2579–3292).

REFERENSI

- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations - Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Gassing, Syarifuddin, & Suryanto. (2016). *Pubic Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harris, L. T. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations*. New York: John Willey and Son, Inc.
- Jugiyanto, H. (2014). *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, R. (2011). *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Scott, m cutlip. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Jakarta: Kencana.
- Sedarmayanti. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusmawati. (2017). *Strategi Humas Pemerintahan Kabupaten Sumbawa Barat Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Melalui Situs*

BIODATA PENULIS

Penulis 1 : Intan Leliana S.Sos.I.M, Lahir Jakarta, 21 Desember 1986. Saat ini saya adalah staf Akademik dan Dosen Universitas Bina Sarana Informatika, Program Studi Hubungan Masyarakat, yang beralamat BSI Pemuda, Jalan Kayu Jati 5, Rawamangun, Jakarta Timur

Penulis 2 : Venessa Agusta Gogali S.Ikom, MM. lahir di Depok 29 Agustus 1989. saat ini bekerja sebagai Staff Akademik dan Dosen Univerisitas Bina Sarana Informatika, Program Studi Penyiaran/Broadcasting, Yang Beralamat BSI Pemuda, Jalan Kayu Jati 5, Rawamangun, Jakarta Timur