

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK BALAI BESAR PENJAMINAN MUTU  
PENDIDIKAN PROVINSI JAWA TIMUR DALAM IMPLEMENTASI PROGRAM  
WAJIB BELAJAR 13 TAHUN**

Taqwima Bella Islami

Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

[Taqwima.22082@mhs.unesa.ac.id](mailto:Taqwima.22082@mhs.unesa.ac.id)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur dalam menyosialisasikan Program Wajib Belajar 13 Tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur berperan penting dalam mendukung implementasi program di tingkat daerah melalui pembagian peran komunikator yang jelas, penyusunan pesan kebijakan yang kontekstual, serta pemanfaatan kombinasi kegiatan luring dan media digital. Kegiatan luring menjadi saluran utama dalam memperkuat pemahaman dan komitmen pemangku kepentingan, sedangkan media digital berfungsi memperluas jangkauan informasi. Strategi tersebut berkontribusi pada peningkatan pemahaman dan kedulian terhadap isu pendidikan, khususnya pencegahan Anak Tidak Sekolah (ATS), meskipun masih dihadapkan pada keterbatasan teknis, substansi pesan, dan koordinasi lintas sektor

**Kata Kunci:** Komunikasi Publik, Program Wajib Belajar 13 Tahun, BBPMP Provinsi Jawa Timur

*Abstract*

*The study examines the public communication strategies implemented by BBPMP East Java Province in disseminating the 13-Year Compulsory Education Program. Using a qualitative case study approach, data were collected through interviews, observation, and documentation. The findings show that BBPMP's public communication plays a crucial role in supporting program implementation at the regional level through a clear division of communicator roles, context-adapted policy messages, and a combination of offline activities and digital media. Offline activities serve as the primary channel for policy delivery and stakeholder engagement, while digital media support broader information dissemination. This strategy enhances stakeholder awareness of educational issues, particularly the prevention of Out-of-School Children (OSC), although challenges remain in technical capacity, message depth, and cross-sectoral coordination.*

**Keywords:** Public Communication, 13-Year Compulsory Education Program, BBPMP East Java Province

## PENDAHULUAN

Pembangunan pendidikan merupakan pilar fundamental dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan daya saing bangsa. Pemerintah Indonesia secara berkelanjutan mendorong perluasan akses dan peningkatan mutu pendidikan melalui berbagai kebijakan strategis, salah satunya Program Wajib Belajar 13 Tahun yang mencakup satu tahun Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), pendidikan dasar, dan pendidikan menengah. Program ini dirancang untuk menjamin kesinambungan jalur pendidikan sejak usia dini hingga jenjang menengah, sekaligus menekan angka anak tidak sekolah dan putus sekolah sebagai bagian dari strategi pembangunan sumber daya manusia nasional yang berkelanjutan.

Namun demikian, implementasi kebijakan tersebut di tingkat daerah masih menghadapi tantangan serius, khususnya di Provinsi Jawa Timur. Hasil kajian Kementerian PPN/Bappenas (2024) menunjukkan adanya kesenjangan angka partisipasi sekolah antarjenjang, di mana partisipasi pada jenjang PAUD dan pendidikan menengah masih relatif rendah dibandingkan pendidikan dasar. Pada tahun 2023 tercatat sebanyak 98.033 lulusan SMP di Jawa Timur tidak melanjutkan ke jenjang SMA/SMK, menempatkan provinsi ini sebagai salah satu dari tiga provinsi tertinggi secara nasional dalam kasus tidak melanjutkan sekolah. Kondisi ini diperparah oleh keterbatasan daya tampung pendidikan, di mana berdasarkan data Dapodik 2024 tercatat 22 kabupaten/kota di Provinsi Jawa Timur yang belum mampu menampung seluruh peserta didik pada jenjang pendidikan dasar dan menengah.

Selain persoalan daya tampung, hasil pemetaan BBPMP Provinsi Jawa Timur menunjukkan bahwa angka Anak Tidak Sekolah (ATS) masih relatif tinggi dan tersebar hampir di seluruh kabupaten/kota, terutama pada kelompok usia 16-18 tahun. Tingginya ATS mencerminkan lemahnya transisi pendidikan dari jenjang pendidikan dasar dan menengah pertama ke pendidikan menengah atas. Faktor penyebabnya meliputi keterbatasan ekonomi keluarga, rendahnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendidikan menengah, anak yang harus bekerja, pernikahan usia dini, serta keterbatasan layanan pendidikan, khususnya di wilayah perdesaan dan kepulauan. Kondisi ini berkaitan erat dengan lemahnya layanan PAUD

sebagai fondasi awal pendidikan, termasuk permasalahan penjaminan mutu, kualitas akademik pendidik, dan kesejahteraan pendidik PAUD.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa tantangan pelaksanaan Program Wajib Belajar 13 Tahun tidak hanya bersumber pada aspek kebijakan dan ketersediaan layanan pendidikan, tetapi juga pada proses komunikasi kebijakan kepada pemangku kepentingan. Lemahnya pemahaman pemerintah daerah, satuan pendidikan, dan masyarakat terhadap substansi, tujuan, serta implikasi kebijakan menunjukkan adanya kesenjangan komunikasi antara perumusan kebijakan dan implementasi di lapangan. Banyak pemerintah daerah belum sepenuhnya menginternalisasi posisi strategis PAUD dalam kerangka Wajib Belajar 13 Tahun, sementara masyarakat belum seluruhnya memahami urgensi keberlanjutan pendidikan hingga jenjang menengah.

Dalam konteks tersebut, komunikasi publik menjadi instrumen strategis untuk menjembatani kesenjangan antara kebijakan dan implementasi di lapangan. Komunikasi publik dapat dipahami sebagai proses penyajian pesan kebijakan yang disusun menjadi satu kesatuan informasi yang utuh dan mudah dipahami oleh publik. Proses ini tidak berdiri sendiri, melainkan membutuhkan alat, sarana, atau media sebagai perantara penyampaian pesan. Komunikasi publik dapat dilakukan melalui media massa, baik media cetak seperti bahan cetak dan publikasi tertulis, media elektronik yang menyajikan gambar dan suara atau suara saja, maupun media daring yang memungkinkan interaksi yang lebih dekat antara penyampai pesan dan audiens. Dengan demikian, efektivitas komunikasi publik sangat ditentukan oleh kesesuaian pesan, media, dan karakteristik audiens sasaran (Rheiza & Dharmawan, 2023).

Dalam konteks tersebut, komunikasi publik menjadi instrumen strategis untuk memastikan kebijakan pendidikan dipahami, diterima, dan direspon secara tepat oleh audiens yang beragam. Komunikasi publik tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses membangun pemahaman bersama, membentuk kesadaran, dan mendorong perubahan sikap serta perilaku pemangku kepentingan Merianti, (2022) & Cahyati et al., (2020) Efektivitas komunikasi publik sangat dipengaruhi oleh bagaimana pesan kebijakan dirancang,

disesuaikan dengan karakteristik audiens, serta disalurkan melalui media dan saluran komunikasi yang relevan.

Sejalan dengan peran dan fungsinya, BBPMP Provinsi Jawa Timur memiliki posisi strategis dalam melaksanakan komunikasi publik kebijakan pendidikan, khususnya dalam menyosialisasikan Program Wajib Belajar 13 Tahun. Melalui Tim Publikasi dan Komunikasi, BBPMP Provinsi Jawa Timur merancang pesan kebijakan, memilih media komunikasi digital dan tatap muka, serta menjangkau berbagai kelompok sasaran, mulai dari pemerintah daerah, satuan pendidikan, hingga masyarakat. Strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya diarahkan pada penyampaian informasi program, tetapi juga pada penguatan pemahaman, peningkatan kesadaran, dan dukungan terhadap pelaksanaan kebijakan pendidikan di daerah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur dalam menyosialisasikan Program Wajib Belajar 13 Tahun, dengan fokus pada perencanaan pesan, pemilihan media komunikasi, penentuan audiens sasaran, serta implementasi komunikasi di lapangan. Dengan demikian, kajian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran komunikasi publik dalam mendukung pelaksanaan kebijakan pendidikan, khususnya dalam menekan angka Anak Tidak Sekolah (ATS) dan memperkuat kesinambungan pendidikan di Provinsi Jawa Timur.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus bersifat deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan kontekstual mengenai strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh BBPMP Provinsi Jawa Timur dalam menyosialisasikan Program Wajib Belajar 13 Tahun. Studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi proses perencanaan pesan, pemilihan media, interaksi antaraktor, serta respons khalayak dalam konteks kebijakan pendidikan (Moleong, 2018). Lokasi penelitian berada di BBPMP Provinsi Jawa Timur, khususnya pada Bidang Publikasi dan Komunikasi, dengan waktu penelitian berlangsung selama Oktober hingga Desember

2025.

Subjek penelitian ditetapkan melalui purposive sampling, yakni informan yang memiliki keterlibatan langsung dalam strategi komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur (Sugiyono, 2019). Data informan yang menjadi subjek Penelitian disajikan dalam tabel berikut:

Nama	Usia	Pekerjaan
Informan 1 (IM)	48	Penelaah Informasi dan Komunikasi Publik
Informan 2 (WRM)	27	Penata Layanan Operasional
Informan 3 (PDT)	34	Penata Layanan Operasional
Informan 4 (AP)	36	Pengelola Website
Informan 5 (AW)	45	Kasubtim Wajib Belajar 13 Tahun
Informan 6 (WS)	41	Pengelola Data dan Informasi

Objek penelitian adalah strategi komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur dalam menyosialisasikan Program Wajib Belajar 13 Tahun, meliputi pemilihan komunikator, perumusan pesan, pemilihan media komunikasi, penetapan sasaran khalayak, serta evaluasi dampak komunikasi yang dihasilkan. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi, sehingga menghasilkan data yang kaya, kontekstual, dan saling melengkapi.

Analisis data dilakukan secara melalui tiga tahap utama model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk menyederhanakan dan mengelompokkan data menjadi tema sesuai fokus penelitian, kemudian disajikan secara naratif untuk mengidentifikasi pola atau hubungan antar data, sebelum akhirnya diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Keabsahan data dijaga melalui

triangulasi sumber dan teknik, serta member check, sehingga temuan penelitian memiliki tingkat kredibilitas, konsistensi, dan keterandalan yang baik (Sugiyono, 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur dalam mendukung Program Wajib Belajar 13. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 6 informan yang masing-masing memiliki peran strategis dalam perencanaan dan pelaksanaan komunikasi publik, serta diperkuat dengan observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur dalam mendukung Program Wajib Belajar 13 Tahun dilaksanakan secara terstruktur dan kolaboratif dengan mengacu pada model komunikasi Harold Lasswell, yang meliputi unsur *who, says what, in which channel, to whom, and with what effect*. Kelima unsur tersebut tidak diterapkan secara berurutan, melainkan saling berkaitan dan disesuaikan dengan kondisi sosial, budaya, serta dinamika kebijakan pendidikan yang berkembang di Provinsi Jawa Timur.

### A. Peran Komunikator dalam Strategi Komunikasi Publik (*Who*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tim Publikasi dan Komunikasi BBPMP Provinsi Jawa Timur berperan sebagai komunikator utama dalam penyampaian informasi Program Wajib Belajar 13 Tahun. IM menyampaikan bahwa pengelolaan komunikasi publik dilakukan secara kolektif dengan pembagian tugas yang jelas di dalam tim. Pola kerja ini bertujuan menjaga konsistensi pesan dan menghindari perbedaan interpretasi kebijakan di ruang publik.

Pembagian peran dalam tim menjadi faktor penting dalam menjaga efektivitas komunikasi yang tercermin dari tugas masing-masing anggota tim. WRM bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial Instagram, PDT mengelola konten video dan podcast melalui YouTube, AP mengelola website resmi BBPMP Provinsi Jawa Timur, sedangkan AW dan WS berperan dalam pengelolaan data, dokumentasi, serta substansi program.

Selain komunikator internal, BBPMP Provinsi Jawa Timur juga melibatkan narasumber eksternal yang memiliki kompetensi dan otoritas di bidang pendidikan. Keterlibatan narasumber tersebut memperkuat kredibilitas pesan yang disampaikan kepada publik, sebagaimana ditegaskan oleh Renisyifa et al., (2022) bahwa kredibilitas narasumber berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan audiens terhadap informasi publik, khususnya dalam konteks komunikasi kebijakan pemerintah.

### B. Perumusan dan Pengemasan Pesan Kebijakan (*Says What*)

Pada aspek perumusan pesan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan Program Wajib Belajar 13 Tahun disusun berdasarkan regulasi dan petunjuk teknis yang berlaku, kemudian dikemas ulang agar lebih komunikatif. WS menjelaskan bahwa substansi pesan tidak diubah, namun disesuaikan dengan karakteristik audiens dan media yang digunakan. Strategi ini bertujuan agar pesan kebijakan lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Pengemasan pesan dilakukan dengan mengedepankan prinsip kesederhanaan bahasa, penggunaan narasi yang relevan dengan kondisi sosial masyarakat, serta pendekatan visual yang menarik. Pada media sosial Instagram, misalnya, pesan kebijakan dikemas dalam bentuk infografik dan video pendek dengan narasi *human interest* yang menyoroti isu anak putus sekolah akibat faktor ekonomi. Strategi ini bertujuan membangun kedekatan emosional dengan audiens sekaligus meningkatkan kesadaran publik terhadap urgensi Program Wajib Belajar 13 Tahun.

Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa BBPMP Provinsi Jawa Timur tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi normatif, tetapi juga memperhatikan aspek persuasif dan edukatif dalam komunikasi publik. Temuan ini sejalan dengan Raniyah & Mutiah, (2023) yang menyatakan bahwa komunikasi publik berbasis segmentasi audiens memungkinkan pesan kebijakan disampaikan secara lebih relevan dan efektif. IM menegaskan bahwa setiap konten yang dipublikasikan tetap melalui proses verifikasi internal untuk

memastikan akurasi informasi dan menghindari potensi distorsi kebijakan.

#### C. Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi (*In Which Channel*)

Pemilihan media komunikasi dilakukan secara multikanal dengan memadukan media digital dan komunikasi tatap muka. Media digital yang digunakan meliputi Instagram, YouTube, dan website resmi BBPMP Provinsi Jawa Timur. PDT dan WRM menyampaikan bahwa perbedaan karakteristik masing-masing media menjadi dasar dalam menentukan bentuk dan gaya konten yang dipublikasikan.

Instagram digunakan untuk menjangkau audiens luas dengan konten singkat dan visual serta dokumentasi kegiatan, YouTube dimanfaatkan untuk konten berdurasi panjang seperti podcast untuk penyamaan informasi yang lebih mendalam, sedangkan website berfungsi sebagai pusat informasi resmi. Di sisi lain, komunikasi tatap muka dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, pendampingan, dan advokasi di daerah.

Pendekatan multikanal ini memungkinkan BBPMP Provinsi Jawa Timur menjangkau lapisan masyarakat dengan tingkat pemahaman yang berbeda. Strategi ini selaras dengan temuan Syarifudin & Dharmawan, (2025) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan instrumen penting dalam komunikasi publik pemerintah karena mampu menjangkau audiens luas dan mendorong interaksi antara pemerintah dan masyarakat.

#### D. Segmentasi Sasaran Komunikasi (*To Whom*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sasaran komunikasi Program Wajib Belajar 13 Tahun meliputi pemerintah daerah, satuan pendidikan, tenaga pendidik, serta masyarakat dan orang tua, khususnya di wilayah dengan angka anak tidak sekolah yang tinggi. IM dan WS menjelaskan bahwa segmentasi sasaran dilakukan berdasarkan kebutuhan dan kondisi masing-masing daerah agar pesan kebijakan dapat disampaikan secara tepat sasaran.

Pendekatan ini mencerminkan penerapan komunikasi publik yang berorientasi pada audiens. Untuk pemangku

kepentingan pemerintah daerah dan satuan pendidikan, komunikasi dilakukan melalui forum resmi dan kegiatan luring. Sementara itu, untuk masyarakat umum, pesan disampaikan melalui media sosial dengan pendekatan visual dan naratif. Dengan memahami karakteristik sasaran komunikasi, BBPMP Provinsi Jawa Timur dapat menyesuaikan pesan dan media yang digunakan, sebagaimana ditegaskan oleh Raniyah & Mutiah, (2023) bahwa efektivitas komunikasi kebijakan sangat ditentukan oleh ketepatan segmentasi audiens.

#### E. Dampak Strategi Komunikasi (*With What Effect*)

Dari sisi dampak, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur memberikan respons positif dari audiens. IM dan WRM menyampaikan bahwa konten video pendek dengan narasi dan visual memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan konten berbasis teks. Indikator keterlibatan tersebut terlihat dari jumlah tayangan, komentar, dan interaksi di media sosial.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Zhou, (2025) yang menyatakan bahwa konten video pendek mampu meningkatkan keterlibatan publik dalam komunikasi digital. Dengan demikian, strategi komunikasi publik yang diterapkan BBPMP Provinsi Jawa Timur tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun kesadaran dan keterlibatan publik terhadap Program Wajib Belajar 13 Tahun.

#### F. Hambatan dalam Strategi Komunikasi Publik

Hasil penelitian juga mengidentifikasi sejumlah hambatan dalam pelaksanaan strategi komunikasi publik Program Wajib Belajar 13 Tahun. Salah satunya hambatan utama adalah perbedaan tingkat pemahaman dan kesiapan audiens, khususnya antara pemangku kepentingan di tingkat pemerintah daerah dan masyarakat umum. IM menjelaskan bahwa tidak seluruh daerah memiliki tingkat literasi kebijakan yang sama, sehingga pesan kebijakan yang

disampaikan sering kali memerlukan penjelasan berulang.

Hambatan lainnya berkaitan dengan keterbatasan jangkauan media digital, terutama di wilayah dengan akses internet yang belum merata. WRM dan PDT menyampaikan bahwa meskipun media sosial efektif menjangkau audiens luas, masih terdapat kelompok masyarakat yang sulit dijangkau melalui media digital. Kondisi ini menurut BBPMP Provinsi Jawa Timur tetap mengandalkan komunikasi tatap muka sebagai pelengkap strategi komunikasi digital.

Selain itu, kompleksitas substansi kebijakan juga menjad tantangan tersendiri dalam proses komunikasi publik. WS menjelaskan bahwa kebijakan Program Wajib Belajar 13 Tahun memiliki aspek teknis dan administratif yang cukup kompleks, sehingga diperlukan upaya penyederhanaan pesan tanpa menghilangkan makna kebijakan. Tantangan ini menunjukkan pentingnya kemampuan komunikator dalam mengemas pesan kebijakan agar tetap akurat namun mudah dipahami oleh publik.

Hambatan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik tidak hanya ditentukan oleh media dan pesan, tetapi juga oleh kondisi sosial dan karakteristik audiens yang beragam. Perbedaan pemahaman dan kapasitas penerima pesan menyebabkan terjadinya kesenjangan antara tujuan komunikasi dan respons di lapangan, sehingga strategi komunikasi publik perlu dirancang secara lebih adaptif dan kontekstual agar pesan kebijakan dapat dipahami dan direpons secara optimal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi publik BBPMP Provinsi Jawa Timur dalam menyampaikan Program Wajib Belajar 13 Tahun telah dilaksanakan secara terstruktur dan adaptif dengan mengacu pada unsur-unsur komunikasi dalam model Lasswell. BBPMP Provinsi Jawa Timur berperan sebagai komunikator utama yang didukung oleh Tim Publikasi dan Komunikasi serta penanggung jawab program yang memiliki kredibilitas

substansi, sehingga pesan kebijakan dapat disampaikan secara akurat dan dipercaya. Pesan kebijakan tidak hanya disampaikan secara formal, tetapi juga dikemas secara kontekstual dan emosional sesuai dengan kondisi masyarakat Jawa Timur. Pemanfaatan media digital dan kegiatan luring menunjukkan upaya penyesuaian saluran komunikasi terhadap karakteristik audiens yang beragam, di mana media digital berfungsi memperluas jangkauan informasi, sementara kegiatan luring memperkuat pemahaman, klarifikasi kebijakan, dan komitmen pemangku kepentingan. Efek komunikasi tercermin pada peningkatan pemahaman, sikap, dan perilaku pemangku kepentingan daerah dalam mendukung implementasi Program Wajib Belajar 13 Tahun. Meskipun demikian, efektivitas komunikasi publik masih menghadapi hambatan teknis, substansif, dan koodinatif yang memengaruhi konsistensi pesan, optimalisasi media, serta pendalaman isu Anak Tidak Sekolah (ATS).

Berdasarkan temuan tersebut, BBPMP Provinsi Jawa Timur disarankan untuk memperkuat strategi komunikasi publik dengan menyeimbangkan kuantitas dan kualitas konten, khususnya dengan memperdalam substansi pesan terkait isu Anak Tidak Sekolah (ATS) dan kelompok rentan. Optimalisasi media digital perlu dilakukan secara lebih sistematis melalui pemanfaatan data analitik, penguatan fungsi website sebagai pusat informasi kebijakan, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan sarana pendukung produksi konten audio-visual. Sementara itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji komunikasi publik kebijakan pendidikan dari perspektif audiens atau masyarakat penerima pesan, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran guna mengukur pengaruh komunikasi publik terhadap perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku secara lebih objektif. Kajian komparatif antar daerah atau lembaga juga dapat dilakukan untuk memperkaya praktik terbaik strategi komunikasi publik dalam mendukung kebijakan pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

*Journal of Education, Humanities and Social Sciences MAMEE (Vol. 2025).*

Cahyati, W., Rachman, R. S., Evert, D. P., Nugraha, I., & Dianti, D. (2020). *Buana Komunikasi Penggunaan Media Dalam Komunikasi Publik Juru Bicara Pemerintah Republik Indonesia Khusus Covid 19 Dalam Penyampaian Pesan Kepada Masyarakat Indonesia.* <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

Merianti, mike. (2022). Modifikasi Penerapan Konsep - Konsep Dasar Komunikasi Publik Dalam Kegiatan Dakwah Kontemporer. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 02, 01–07.

Moelong, Lexy J. (Pengarang). *Metodologi Penelitian Kualitatif / Lexy J. Moleong*. 2018

Raniyah, J., & Mutiah, T. (2023). Strategi Komunikasi Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pusaka (Pusat Layanan Keagamaan). *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 11(6), 2025.

Renisyifa, A., Sunarti, S., & Pebriyanti, A. (2022). Podcast Media Credibility as a Means of Fulfilling Public Information. In *International Journal of Research and Applied Technology* (Vol. 2, Number 1).

Rheiza, & Dharmawan, A. (2023). *Komunikasi Publik Dinas Komunikasi Dan Informatika Dalam Menginformasikan Kebijakan Pemerintah (Studi Kasus Pada Bidang Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi Publik Diskominfo Kabupaten Sidoarjo)* Rheiza Awang Dharmawan.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung : Alfabeta, Cv .

Syarifudin, R. S. P., & Dharmawan, L. (2025). Efektivitas Pemanfaatan Instagram @Kominfobogor Sebagai Media Informasi Untuk Publik. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 87–101. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8234>

Zhou, Y. (2025). The Influence of Social Media Short Videos on Brand Engagement and Communication. In

