

**MANAJEMEN DIGITAL PUBLIC RELATIONS DPRD
SUMUT DALAM MENGINFORMASIKAN KEGIATAN
MELALUI INSTAGRAM @humasdprdsunut**

TUGAS AKHIR

Oleh:

WENNY ANGELINA
2203110161

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh :

Nama : Wenny Angelina

NPM : 2203110161

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Manajemen Digital Public Relations DPRD Sumut Dalam Menginformasikan Kegiatan Melalui Instagram @humasdprdsunut

Medan, 06 April 2026

Pembimbing

Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN : 0120057303

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi

Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN : 0127048401

Dekan

Assoc. Prof. Dr. Arif Saleh, S. Sos., M.SP.

NIDN : 0030017402

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Tugas akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : Wenny Angelina

NPM : 2203110161

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada Hari, tanggal: Jumat, 10 April 2026

Waktu : Pukul 08.00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, M.I.Kom.

PENGUJI II : Corry Novrica Ap. Sinaga, S.Sos., M.A

PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom.



PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris



**Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S. Sos.,
M. SP.**



**Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S. Sos.,
M.I.Kom.**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Wenny Angelina**, NPM 2203110161 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Tugas Akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 25 April 2026

Yang menyatakan



Wenny Angelina

UM
Unggul | Cerdas | Terpercaya

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala karena Rahmat dan karunia-Nya penulis mampu dan diberikan keberkahan juga kesehatan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa dihadiahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan, sehingga dapat menjadi petunjuk bagi kehidupan umat islam baik di dunia maupun di akhirat.

Merupakan suatu kebanggaan dan juga kebahagiaan bagi penulis atas terselesaikannya penulisan tugas akhir akademik ini. Pada skripsi ini yang berjudul **“Manajemen Digital Public Relations DPRD Sumut Dalam Menginformasikan Kegiatan Melalui Instagram @humasdprdsunut”**. Penulis sadar banyak sekali tantangan serta rintangan yang dihadapi selama proses penyelesaian penulisan penelitian skripsi ini, sehingga dibutuhkan keseriusan juga kesabaran serta ketekunan dalam penyusunan hingga penyelesaiannya.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada cinta pertama dan panutanku, ayahanda **Ahmad Dharmawan** dan pintu surgaku ibunda tercinta **Roswati M Silitonga**. Penulis menyadari bahwa tiada kata yang mampu sepenuhnya menggambarkan rasa syukur ini. Namun dengan penuh cinta dan ketulusan izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kalian.

Terima kasih menjadi rumah pertama dalam hidupku. Terima kasih untuk cinta yang tidak pernah habis, untuk pelukan yang menguatkan saat dunia terasa berat dan untuk setiap doa yang selalu menjadi cahaya di setiap langkahku. Serta dukungan, perhatian, pujian, bimbingan, dan cinta kasih sayang tiada hentinya sehingga penulis selalu termotivasi, dan bahagia dalam perjuangan dibangku kuliah, mama dan papa berhasil mengkuliahkan anak-anaknya untuk menjadi sarjana, dan mereka senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sampai meraih gelar sarjana. Penulis juga berterimakasih kepada cinta kasih saudara kandung abang penulis, **M. Fikri Inzaghi** dan adik peneliti, **Vivian Citra Pratiwi** yang selalu menjadi sumber penyemangat penulis dalam mengejar cita-cita agar bisa membahagiakan dan menjadi panutan untuk adikku tersayang.

Dalam kesempatan ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi tidak akan selesai, tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S. Sos, MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S. Sos., M.I.Kom, selaku Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Mujahiddin, S.Sos, MSP. selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing penulis dengan sangat baik dan penuh kesabaran mulai dari penyusunan proposal skripsi hingga tuntas menjadi skripsi yang insya Allah akan bermanfaat bagi pembaca.
7. Kepada Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam proses perkuliahan dan mengurus berkas-berkas perkuliahan.
8. Kepada Kasubbag Humas DPRD Sumut, dan anggota humas DPRD Sumut yang terlibat membantu penulis skripsi ini.
9. Kepada ‘astaghfirullah’, Ayunda Saputri, Sutriani Mutmainah, Zahwa Salsa Nabila, Viska Talitha, Diva Salsabila, dan Tazkia Humairo. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kehadiran, kebersamaan, serta dukungan yang begitu berarti selama masa perkuliahan ini. Kehadiran kalian telah menjadi bagian penting dalam proses perjalanan penulis, memberikan semangat di saat lelah, serta menjadi penguat di saat keadaan terasa tidak mudah. Penulis berharap, setelah kita menyelesaikan fase ini, kita semua dapat melangkah ke tahap kehidupan berikutnya dengan penuh kebahagiaan, kesuksesan, serta mendapatkan pekerjaan yang kita impikan.

more than that, if time gives me the opportunity to meet again in another life, I will still choose you as my best friend, again and again.

10. Kepada “seseorang” yang belum bisa kutulis dengan jelas namanya disini, namun sudah tertulis jelas di Lauhul Mahfudz untukku. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini sebagai salah satu bentuk penulis dalam memantaskan diri. Meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu entah di bumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj Habibie "Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat".
11. Kepada Seluruh keluarga tercinta kakek, nenek, paman, dan tante penulis yang selalu memberi doa dan menyayangi penulis dengan tulus.
12. Kepada Saudara 010, Adik - adik Anggota Inti dan Khusus HMJ IKO FISIP UMSU yang telah kebersamai penulis dalam beberapa tahun ini, selalu menjadi penghibur dan penyemangat dikala sedih. Penulis bangga bergabung dalam himpunan ini, HMJ IKO tidak hanya menjadi himpunan saja tapi juga menjadi rumah kedua bagi penulis, rumah tempat pulang hanya untuk sekedar bercanda tawa, berkeluh kesah dan menghilangkan beban perkuliahan sejenak. terimakasih sudah menjadi tempat penulis untuk terus berproses dan sudah membantu penulis semangat dalam mengejar gelar sarjana. Tetaplah menjadi HMJ IKO yang SOLID dan KREATIF.
13. Last but not least, terimakasih untuk Wenny Angelina, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit

apapun proses penyusunan Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Demikianlah penulis mengucapkan syukur dan terimakasih, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam penambahan khazanah ilmu pengetahuan bagi semua pihak yang membacanya khususnya penulis dan dapat memajukan perkembangan kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang. Mohon maaf atas segala kekurangan, karena kesempunaan hanya milik Allah yang Maha Kuasa.

Wassalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 6 April 2026

Penulis,

Wenny Angelina

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II URAIAN TEORITIS.....	6
2.1 Manajemen.....	6
2.1.1 Defenisi Manajemen	6
2.1.2 Fungsi Manajemen.....	6
2.2 Digital	8
2.3 Public Relations.....	10
2.4 Digital Public Relations	12
2.5 Manajemen Digital Public Relations	14
2.6 Informasi Kegiatan Lembaga Legislatif	15
2.6 Media Sosial.....	17
2.8 Humas DPRD Sumut.....	20
2.9 Anggapan Dasar	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Kerangka Konsep	23
3.3 Defenisi Konsep	24
3.5 Kategorisasi Penelitian	25
3.6 Informan atau Narasumber	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data	26

3.6.1	Wawancara (Interview)	26
3.6.2	Observasi.....	27
3.6.3	Dokumentasi.....	27
3.8	Teknik Analisis Data.....	28
3.8.1	Pengumpulan Data (<i>Data Collection</i>).....	28
3.8.2	Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	28
3.8.3	Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	29
3.8.4	Penarikan Kesimpulan (conclusion drawing atau verification).....	29
3.9	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Hasil Penelitian	31
4.1.1	Data Informan.....	31
4.1.2	Hasil Wawancara Informan	31
4.2	Pembahasan.....	35
BAB V PENUTUP.....		37
5.1	Simpulan	37
5.2	Saran	38
DAFTAR PUSTAKA		39

**MANEJEMEN DIGITAL PUBLIC RELATIONS DPRD SUMUT DALAM
MENGINFORMASIKAN KEGIATAN MELALUI INSTAGRAM
@humasdprdsulut**

**Wenny Angelina
2203110161**

ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan manajemen digital public relations DPRD Provinsi Sumatera Utara dalam menginformasikan kegiatan melalui Instagram @humasdprdsulut. Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya pemanfaatan media digital dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik serta komunikasi yang efektif di era digital. Selain itu, penelitian mengenai manajemen digital public relations pada lembaga legislatif daerah masih terbatas, sehingga menjadi kebaruan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan merupakan pihak Humas DPRD Sumatera Utara. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen digital public relations telah dilaksanakan melalui tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan konten disusun berdasarkan agenda kegiatan, namun belum terstruktur secara strategis. Pelaksanaan dilakukan melalui konten foto, video, dan reels, tetapi komunikasi masih cenderung satu arah. Evaluasi dilakukan berdasarkan respon publik seperti like dan komentar, namun belum mendalam.

Kesimpulannya, manajemen digital public relations DPRD Sumatera Utara telah berjalan, namun masih perlu peningkatan dalam perencanaan strategis, komunikasi dua arah, dan evaluasi sistematis.

Kata Kunci: Digital Public Relations, Instagram, DPRD Sumatera Utara, Informasi Kegiatan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan digitalisasi semakin pesat, pemanfaatan media komunikasi digital mulai diberlakukan di setiap aspek kehidupan, termasuk juga dalam tata kelola humas pemerintah, dan media *relations*. Digitalisasi komunikasi mendorong organisasi publik untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat, luas, dan interaktif (Faustyna & MM, 2022).

Perubahan ini menuntut institusi pemerintah untuk mengadaptasi strategi *public relations* konvensional ke arah digital *public relations* yang lebih responsif terhadap karakteristik media baru. Digital *public relations* merupakan bentuk pengelolaan komunikasi organisasi yang memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk membangun hubungan, citra, serta kepercayaan publik secara berkelanjutan (Breakenridge, 2017). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog antara organisasi dan publik yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah (Zaxrie, 2024). Oleh karena itu, pengelolaan digital *public relations* memerlukan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang terstruktur agar pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan organisasi. Dalam konteks lembaga legislatif, keterbukaan informasi publik menjadi tuntutan utama dalam sistem pemerintahan demokratis.

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) sebagai lembaga perwakilan rakyat memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan, fungsi legislasi, anggaran, dan pengawasan kepada masyarakat (Rachmawati, 2019). Keterbukaan tersebut penting untuk meningkatkan partisipasi publik serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga legislatif.

DPRD Provinsi Sumatera Utara melalui Bagian Humas memanfaatkan media sosial Instagram dengan akun @humasdprsumut sebagai salah satu saluran utama dalam menyampaikan informasi kegiatan lembaga kepada publik. Instagram dipilih karena memiliki karakter visual yang kuat serta tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi dibandingkan media sosial lainnya (Watajdid, 2021). Konten berupa foto, video, dan teks singkat memungkinkan penyampaian informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Namun demikian, meskipun sejumlah studi telah mengeksplorasi penggunaan media sosial sebagai instrumen komunikasi organisasi publik dan pemerintahan di era digital, beberapa penelitian menunjukkan bahwa implementasi digital *public relations* dalam konteks lembaga pemerintahan seringkali masih bersifat satu arah dan belum mencerminkan komunikasi dua arah yang efektif antara organisasi dan audiensnya (Kharisma & Kurniawan, 2023).

Misalnya, di lingkungan lembaga pemerintahan, terdapat temuan bahwa keterlibatan sosial media PR masih minimal dan hambatan kebijakan internal serta kapasitas pengelola turut mempengaruhi optimalisasi media sosial sebagai media PR (Aji et al., 2023).

Selain itu, penelitian pada konteks pemerintahan daerah menunjukkan bahwa pengelolaan digital *public relations* umumnya berfokus pada strategi konten dan penyampaian informasi, namun kurang memperhatikan dimensi interaktivitas dan keterlibatan publik yang lebih luas (Teguh et al., 2025).

Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa masih sedikit kajian yang secara khusus menelaah manajemen digital *public relations* di lembaga legislatif daerah, seperti DPRD, termasuk bagaimana tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi praktik digital PR dijalankan melalui Instagram sebagai kanal utama penyampaian informasi. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji bagaimana manajemen digital *public relations* DPRD Sumatera Utara dalam menginformasikan kegiatan melalui Instagram @humasdprdsumut, sehingga dapat memberikan gambaran empiris mengenai praktik pengelolaan komunikasi digital pada lembaga legislatif daerah.

1.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus pada proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi penyampaian informasi kegiatan DPRD, tanpa membahas aspek teknis desain grafis secara mendalam maupun efektivitas politik lembaga secara luas.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen digital *public relations* DPRD Provinsi Sumatera Utara dalam menginformasikan kegiatan melalui Instagram @humasdprdsumut?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan manajemen digital *public relations* DPRD Provinsi Sumatera Utara dalam menginformasikan kegiatan lembaga melalui media sosial Instagram @humasdprdsumut.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari penulisan skripsi ini terbagi menjadi:

1. **Aspek Teoritis**, penelitian ini dapat menambah pemahaman dalam konteks *public relations* dan digital *public relations* pada lembaga pemerintahan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji komunikasi digital sektor publik.
2. **Aspek Praktis**, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi Bagian Humas DPRD Provinsi Sumatera Utara dalam meningkatkan pengelolaan digital *public relations* melalui media sosial, khususnya Instagram, agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat lebih efektif, transparan, dan akuntabel.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bagian ini berisi uraian teori yang relevan dengan strategi Prokopim

Setda Kota Medan dalam mewujudkan current image melalui media sosial. Pada bab II ini juga akan disajikan anggapan dasar penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini mengungkapkan dan menguraikan bagaimana metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini, seperti jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, Lokasi dan waktu penelitian, serta deskripsi singkat mengenai objek penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi uraian dan penjabaran analisis hasil data riset penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini berisi tentang simpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Manajemen

2.1.1 Defenisi Manajemen

Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Robbins & Coulter, 2021). Pandangan serupa dikemukakan oleh Terry, (2018) yang menyatakan bahwa manajemen mencakup serangkaian kegiatan sistematis yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Dalam konteks organisasi publik, manajemen tidak hanya berorientasi pada pencapaian target kerja, tetapi juga pada prinsip akuntabilitas, transparansi, serta pelayanan kepada masyarakat (Denhardt & Denhardt, 2015). Oleh karena itu, penerapan manajemen dalam lembaga legislatif seperti DPRD memiliki karakteristik tersendiri karena berkaitan langsung dengan kepentingan publik dan proses demokrasi.

2.1.2 Fungsi Manajemen

(Terry, 2018) Fungsi manajemen secara klasik dibagi ke dalam empat tahap utama, yaitu perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan atau pengarahan (actuating/leading), serta pengawasan (controlling):

- 1) Perencanaan (Planning)

Perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi serta penetapan langkah-langkah strategis untuk mencapainya (Robbins & Coulter, 2021). Dalam konteks digital public relations, perencanaan meliputi penentuan sasaran komunikasi, audiens utama, jenis konten digital, serta platform media sosial yang digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan DPRD.

2) Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian adalah proses pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab di antara anggota organisasi agar tujuan dapat tercapai secara terkoordinasi (Daft, 2021). Dalam humas DPRD, pengorganisasian berkaitan dengan pembagian peran dalam tim media sosial, alur persetujuan konten, serta koordinasi antarbagian dalam penyampaian informasi kegiatan legislatif.

3) Pelaksanaan atau Pengarahan (Leading)

Pelaksanaan merupakan kegiatan mengarahkan, memotivasi, serta mengoordinasikan anggota organisasi agar rencana yang telah ditetapkan dapat dijalankan secara optimal (Robbins & Coulter, 2021). Pada praktik digital PR, fungsi ini tampak dalam proses produksi konten, pengelolaan interaksi publik di Instagram, serta penerapan kebijakan komunikasi kelembagaan.

4) Pengawasan (Controlling)

Pengawasan merupakan proses evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan serta perbandingan hasil dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya (Terry, 2018). Dalam pengelolaan Instagram DPRD, pengawasan dapat berupa penilaian terhadap keterlibatan audiens, kualitas penyampaian informasi, serta perbaikan strategi komunikasi digital berdasarkan respons masyarakat.

2.2 Digital

Istilah digital berasal dari konsep penggunaan teknologi berbasis angka dan informasi elektronik yang memungkinkan proses komunikasi, pertukaran pesan, dan penyampaian informasi dilakukan secara cepat, efisien, dan lintas batas geografis serta waktu (digital communication) (El-Astal & El-Youssef, 2025). Secara teoritis, digital merujuk pada transformasi komunikasi yang bergeser dari medium tradisional (cetakan, siaran, tatap muka langsung) kepada platform digital yang memanfaatkan jaringan internet, perangkat elektronik, dan media sosial sebagai sarana utama interaksi (El-Astal & El-Youssef, 2025; Ki et al., 2024).

Dalam kajian ilmu komunikasi, digital bukan sekadar media baru tetapi juga paradigma baru dalam praktik komunikasi yang mengintegrasikan tiga karakter mendasar: interaktivitas, aksesibilitas, dan kecepatan informasi (El-Astal & El-Youssef, 2025). Interaktivitas memungkinkan pengguna menjadi partisipan aktif dalam pertukaran informasi, bukan hanya sebagai penerima pasif, sehingga menciptakan komunikasi dua arah yang real-time. Aksesibilitas menjamin pesan dapat diakses publik secara luas melalui perangkat digital seperti ponsel, tablet, atau komputer. Kecepatan informasi berarti pesan dapat disebarkan secara instan dan diperbarui secara berkala sesuai kebutuhan audiens atau perkembangan konteks.

Dalam konteks digital public relations, istilah digital merujuk pada penerapan praktik hubungan masyarakat yang memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk membangun, mempertahankan, serta mengelola hubungan antara organisasi dengan publiknya melalui saluran digital (Nuruzzaman et al., 2024). Digital PR muncul sebagai respons terhadap kebutuhan organisasi untuk beradaptasi dengan

perkembangan teknologi digital yang telah mengubah cara organisasi dan publik berkomunikasi, memperluas jangkauan pesan, serta memperkuat interaksi dengan audiens secara dinamis (*digital iteration*) (Ki et al., 2024).

Digital *public relations* melibatkan penggunaan teknologi digital untuk melakukan berbagai aktivitas komunikasi strategis seperti penyebaran informasi, manajemen reputasi, penanganan krisis, serta pemantauan respons publik melalui platform digital. Penggunaan Instagram, Facebook, YouTube, dan situs web merupakan bagian dari praktik digital PR yang memungkinkan organisasi tidak hanya menyampaikan pesan tetapi pula menerima feedback dan dialog langsung dengan audiens (Nuruzzaman et al., 2024). Dengan demikian, digital dalam digital public relations mencakup the use of digital platforms, technologies, and tools to facilitate communication, engagement, and reputation management di era komunikasi yang semakin terhubung secara virtual.

Penelitian tentang evolusi digital public relations juga menegaskan bahwa kemajuan teknologi digital memengaruhi praktik PR dengan cara memperluas saluran komunikasi, mempercepat tempo penyampaian pesan, serta menuntut keterampilan digital yang lebih tinggi dari praktisi PR (Eyun-Jung Ki et al., 2024). Digital ini mencakup penggunaan data analitik, SEO, serta pemanfaatan fitur-fitur interaktif pada media sosial untuk memahami pola komunikasi publik secara lebih mendalam (*engagement analytics*). Oleh karena itu, secara teoritis digital dalam konteks digital public relations tidak hanya berarti penggunaan alat digital semata, tetapi juga mencerminkan sebuah transformasi komunikasi organisasi yang terstruktur, adaptif, dan responsif terhadap kebutuhan publik era digital.

2.3 Public Relations

Public relations (PR) merupakan salah satu fungsi strategis dalam organisasi yang berperan dalam membangun, memelihara, dan mengelola hubungan antara organisasi dengan publiknya. Dalam perspektif klasik, public relations dipahami sebagai upaya terencana untuk menciptakan saling pengertian antara organisasi dan masyarakat melalui komunikasi yang sistematis dan berkesinambungan (Grunig & Hunt, 1984). Konsep ini kemudian berkembang seiring dengan meningkatnya kompleksitas organisasi modern serta tuntutan transparansi publik, terutama pada organisasi sektor publik dan pemerintahan.

Dalam kajian kontemporer, public relations tidak lagi dipandang sekadar sebagai kegiatan penyebaran informasi atau pencitraan, melainkan sebagai fungsi manajerial yang terintegrasi dalam proses pengambilan keputusan organisasi. (Ki et al., (2024) menjelaskan bahwa *public relations* modern beroperasi sebagai bagian dari sistem komunikasi strategis organisasi yang menghubungkan kepentingan internal dengan ekspektasi publik eksternal melalui berbagai saluran komunikasi. Dengan demikian, PR berperan sebagai mediator antara organisasi dan publik untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang berlandaskan kepercayaan (*mutual understanding*).

Public relations juga dipahami sebagai proses komunikasi dua arah yang menekankan dialog, keterbukaan, serta responsivitas terhadap kebutuhan masyarakat. Dalam pendekatan two-way communication, organisasi tidak hanya menyampaikan pesan kepada publik, tetapi juga menerima masukan, kritik, serta aspirasi yang kemudian menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan

komunikasi maupun kebijakan organisasi secara lebih luas (Grunig, 2009). Pendekatan ini sangat relevan bagi lembaga publik seperti DPRD yang memiliki kewajiban untuk mengakomodasi kepentingan masyarakat serta menyediakan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, definisi public relations turut mengalami perluasan. Penelitian mutakhir menegaskan bahwa fungsi PR kini mencakup pengelolaan reputasi, komunikasi krisis, keterlibatan publik (public engagement), serta penguatan legitimasi organisasi di ruang publik digital (Men & Bowen, 2023). Dalam konteks pemerintahan, public relations memiliki peran strategis dalam mendukung transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik, terutama melalui pemanfaatan platform digital dan media sosial sebagai sarana komunikasi kelembagaan.

Dalam literatur akademik terbaru, public relations juga didefinisikan sebagai praktik komunikasi strategis yang dirancang untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan para pemangku kepentingannya (stakeholders). Hubungan ini dibangun melalui proses komunikasi yang terencana, konsisten, serta berorientasi pada kepentingan publik, bukan semata-mata kepentingan institusi (Ki et al., 2024). Oleh karena itu, public relations tidak hanya berfokus pada citra, tetapi juga pada penciptaan nilai sosial dan legitimasi publik terhadap keberadaan organisasi.

Bagi lembaga legislatif seperti DPRD, public relations berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara institusi dengan masyarakat dalam rangka

menyampaikan informasi kegiatan legislatif, kebijakan, serta proses pengambilan keputusan publik. Dalam kerangka ini, public relations menjadi instrumen penting dalam memperkuat hubungan demokratis antara wakil rakyat dan konstituennya melalui penyediaan informasi yang akurat, terbuka, dan mudah diakses (Men & Bowen, 2023). Dengan demikian, secara teoretis public relations dapat dipahami sebagai fungsi manajerial strategis yang mengelola komunikasi organisasi untuk membangun hubungan berkelanjutan, meningkatkan kepercayaan publik, serta memastikan transparansi dalam penyelenggaraan organisasi publik.

2.4 Digital Public Relations

Digital Public Relations merupakan perkembangan dari praktik Public Relations tradisional yang memanfaatkan teknologi digital dan internet sebagai media utama dalam membangun komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Transformasi ini terjadi seiring dengan kemajuan teknologi yang mengubah pola komunikasi menjadi lebih cepat, interaktif, dan berbasis data (Lisnawati et al., 2024). Digital PR tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada penciptaan hubungan yang berkelanjutan melalui platform digital seperti website, media sosial, email, dan berbagai kanal online lainnya sehingga memungkinkan organisasi menjangkau audiens secara lebih luas dan real-time (Lee & Setyanto, 2024).

Dalam praktiknya, Digital Public Relations memiliki karakteristik yang membedakannya dari PR konvensional, yaitu komunikasi yang bersifat interaktif atau dua arah, di mana publik dapat memberikan respon secara langsung melalui berbagai platform digital, serta kemampuan penyampaian informasi secara real-

time tanpa batasan ruang dan waktu. Selain itu, Digital PR juga bersifat data-driven karena setiap aktivitas komunikasi dapat diukur menggunakan berbagai indikator seperti engagement, reach, dan impressions, sehingga memudahkan evaluasi strategi komunikasi secara objektif (Nurhidayah et al., 2025). Jangkauan yang luas juga menjadi ciri utama Digital PR karena media digital memungkinkan penyebaran informasi secara global dengan efisiensi yang tinggi.

Digital Public Relations memiliki peran strategis dalam organisasi modern, terutama dalam membangun dan mempertahankan reputasi, mengelola komunikasi dengan publik, meningkatkan brand awareness, serta menciptakan engagement dengan audiens. Hal ini menunjukkan bahwa Digital PR tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai bagian penting dari strategi organisasi dalam menghadapi dinamika komunikasi di era digital (Septiyani, 2024).

Untuk mendukung pelaksanaannya, Digital PR memanfaatkan berbagai media dan tools digital seperti website organisasi, media sosial (Instagram, TikTok, Twitter/X, Facebook), email marketing, search engine (SEO dan SEM), serta kegiatan digital seperti webinar. Pemanfaatan berbagai platform ini memungkinkan organisasi menyampaikan pesan secara lebih terintegrasi dan strategis dalam membangun citra positif di mata publik (Romadhan et al., 2024).

Strategi dalam Digital Public Relations mencakup beberapa pendekatan utama, yaitu pembuatan konten yang relevan dan menarik (content strategy), membangun interaksi aktif dengan audiens melalui media sosial (engagement), optimalisasi mesin pencari (SEO), serta kerja sama dengan influencer dan media

digital untuk memperluas jangkauan komunikasi. Strategi tersebut menegaskan bahwa Digital PR berorientasi pada hubungan jangka panjang dengan publik melalui pendekatan yang lebih personal dan terukur (Lee & Setyanto, 2024).

Dibandingkan dengan Public Relations tradisional, Digital PR memiliki berbagai keunggulan seperti efisiensi biaya, jangkauan yang lebih luas, kecepatan dalam penyampaian informasi, serta kemudahan dalam melakukan evaluasi kinerja komunikasi. Namun demikian, Digital PR juga menghadapi berbagai tantangan seperti penyebaran informasi negatif yang cepat, tingginya persaingan konten, perubahan algoritma media sosial, serta isu etika dan kepercayaan publik. Oleh karena itu, praktisi PR dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta memiliki strategi komunikasi yang tepat dalam mengelola hubungan dengan publik (Adhipratama & Ernungtyas, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Digital Public Relations merupakan transformasi penting dalam praktik hubungan masyarakat yang menekankan pada penggunaan teknologi digital untuk menciptakan komunikasi yang interaktif, efektif, dan berbasis data. Keberhasilan Digital PR sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam mengelola strategi komunikasi digital secara terintegrasi serta membangun hubungan yang berkelanjutan dengan publik di era digital.

2.5 Manajemen Digital Public Relations

Manajemen Digital Public Relations merupakan pengembangan dari konsep public relations tradisional yang beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital. Digitalisasi dalam komunikasi organisasi didefinisikan sebagai integrasi

menyeluruh teknologi digital dalam proses komunikasi antara organisasi dan publiknya, yang melibatkan penggunaan platform seperti media sosial, website, dan blog (Zaxrie, 2024).

Secara konseptual, manajemen digital public relations dapat dipahami sebagai proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan hubungan masyarakat yang memanfaatkan media digital untuk membangun hubungan, reputasi, serta komunikasi dua arah dengan publik. Transformasi ini tidak hanya mengubah media komunikasi, tetapi juga mengubah cara organisasi berinteraksi dengan publik secara lebih interaktif, cepat, dan transparan (Saad & Ahmad, 2024).

Dalam konteks organisasi modern, digital public relations tidak lagi sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai pengelola reputasi digital dan hubungan partisipatif dengan publik melalui interaksi langsung di media sosial (Wardhani, 2025).

2.6 Informasi Kegiatan Lembaga Legislatif

Dalam kajian komunikasi publik dan administrasi pemerintahan, informasi dipahami sebagai pesan yang telah diolah, disusun, dan disampaikan secara sistematis sehingga memiliki makna bagi penerimanya serta dapat digunakan sebagai dasar pemahaman maupun pengambilan keputusan (McQuail, 2018). Dalam konteks lembaga negara, informasi memiliki kedudukan strategis karena menjadi sarana utama untuk mewujudkan prinsip transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan demokratis (Meijer et al., 2019).

Informasi kegiatan lembaga legislatif secara konseptual merujuk pada seluruh bentuk pesan, data, maupun dokumentasi yang berkaitan dengan aktivitas kelembagaan parlemen, baik yang mencakup fungsi legislasi, penganggaran, maupun pengawasan terhadap pelaksanaan pemerintahan. Kegiatan tersebut meliputi rapat paripurna, pembahasan rancangan peraturan daerah, kunjungan kerja, reses anggota dewan, serta kegiatan seremonial atau kemasyarakatan yang memiliki implikasi publik (Meijer et al., 2019). Informasi mengenai aktivitas tersebut bukan sekadar laporan administratif, melainkan bagian dari komunikasi politik dan komunikasi publik yang memungkinkan masyarakat mengetahui, menilai, serta merespons kinerja wakil rakyatnya.

Dalam perspektif tata kelola pemerintahan modern (*open government*), penyediaan informasi kegiatan lembaga legislatif dipandang sebagai kewajiban normatif sekaligus strategis untuk memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi negara (Ruijter & Meijer, 2020). Informasi yang terbuka dan mudah diakses diyakini dapat meningkatkan legitimasi lembaga legislatif serta mendorong keterlibatan warga dalam proses demokrasi. Oleh karena itu, kualitas informasi kegiatan tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan data, tetapi juga oleh kejelasan pesan, ketepatan waktu, serta kemampuan informasi tersebut dipahami oleh masyarakat luas.

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi digital, penyebaran informasi kegiatan lembaga legislatif tidak lagi terbatas pada saluran konvensional seperti laporan tertulis atau konferensi pers, melainkan juga memanfaatkan platform digital dan media sosial sebagai medium komunikasi publik. Penelitian

mutakhir menunjukkan bahwa parlemen dan lembaga legislatif di berbagai negara semakin memanfaatkan media digital untuk menyampaikan agenda kerja, hasil sidang, serta aktivitas anggota legislatif kepada publik secara lebih cepat dan interaktif (Leston-Bandeira & Thompson, 2022).

Dalam konteks ini, informasi kegiatan legislatif menjadi bagian dari strategi komunikasi institusional yang dirancang untuk menjangkau audiens luas dan memperkuat hubungan antara parlemen dengan masyarakat. Lebih lanjut, informasi kegiatan lembaga legislatif juga dipahami sebagai instrumen pendidikan politik (civic education) karena membantu masyarakat memahami proses legislasi, fungsi representasi, serta peran parlemen dalam sistem demokrasi (Leston-Bandeira & Thompson, 2022).

2.6 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media yang diakses secara Online atau terhubung dengan jaringan internet. Dimana para penggunanya terkoneksi, berbagi, dapat terhubung, menyebarkan dan menciptakan pesan atau informasi hingga dapat membuat satu dengan lainnya berkomunikasi secara interaktif tanpa harus berada di tempat yang sama atau bertemu secara langsung. Sosial media merupakan satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa (Hidayat et al., 2023).

Media sosial hari ini menjadi bagian tak terpisahkan dalam penyampaian pesan politik. Media sosial menjadi alat, media, wadah, atau sarana dalam menyampaikan pesan. Nimmo (2011) mengatakan bahwa saluran komunikasi politik itu lebih dari sekedar titik sambungan, akan tetapi terdiri atas pengertian

bersama tentang siapa dapat berbicara kepada siapa, mengenai apa, dalam keadaan bagaimana, serta sejauh mana dapat dipercaya.

Media sosial menjadi salah satu sumber kekuatan besar dalam melakukan penyebaran informasi, meskipun informasi yang tersajikan belum memiliki tingkat akurasi kebenaran karena cenderung tidak dilakukan konfirmasi terhadap berita atau peristiwa yang akan disajikan. Sehingga informasi yang disampaikan melalui media sosial memungkinkan untuk disampaikan dalam upaya memberikan informasi palsu maupun melakukan kampanye negatif terhadap lawan politik (Anshori, 2019). Media sosial berbeda dengan media massa tradisional karena memberikan ruang partisipatif bagi publik untuk terlibat secara langsung dalam komunikasi (Zaxrie, 2024).

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial memiliki karakteristik seperti: User-generated content (konten yang dibuat pengguna), Interaktivitas tinggi, Jaringan sosial sebagai struktur komunikasi, dan Kemampuan berbagi konten secara real-time. Dalam praktik digital public relations, media sosial menjadi arena strategis karena memungkinkan organisasi mengelola pesan, merespons publik, serta membangun citra secara real time (Mahda et al., 2025). Menurut Wright dan Hinson (2017), media sosial meningkatkan kemampuan organisasi untuk mendeteksi opini publik, mengelola krisis komunikasi, dan menciptakan hubungan lebih personal dengan audiens.

Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video secara online (Sheldon & Bryant, 2016). Akun

Instagram @humasdprdsumut memiliki 10,1K *followers* dengan 1.881 *postingan* dan 199 *following*. Instagram memiliki karakteristik kuat berupa konten visual dan fitur interaktif seperti stories, reels, hashtag, dan direct message, yang memungkinkan organisasi menyampaikan pesan secara lebih menarik dan kontekstual. Menurut Hu, Manikonda, dan Kambhampati (2014), konten visual di media sosial meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna dibandingkan teks semata. Instagram, dengan orientasi visualnya, memudahkan organisasi pemerintah untuk menyampaikan informasi kegiatan dalam bentuk yang mudah dipahami masyarakat luas. Selain itu, penelitian oleh Phua, Jin, dan Kim (2017) menunjukkan bahwa penggunaan fitur interaktif seperti komentar dan respons Stories dapat meningkatkan keterlibatan publik, yang penting untuk strategi digital public relations yang partisipatif.

2.7 Two-Way Symmetrical Communication Theory (James E. Grunig)

Teori Two-Way Symmetrical Communication menjelaskan bahwa komunikasi organisasi yang ideal adalah komunikasi dua arah yang bersifat dialogis, saling memahami, dan berorientasi pada hubungan jangka panjang antara organisasi dan publiknya (Grunig & Hunt, 1984).

Dalam konteks penelitian ini, teori ini relevan karena DPRD sebagai lembaga publik tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membuka ruang interaksi melalui komentar, likes, dan pesan di Instagram. Instagram memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara DPRD dan masyarakat.

Aktivitas pengelolaan akun @humasdprdsumut dapat dianalisis apakah sudah mencerminkan prinsip dialog dan keterbukaan informasi publik.

2.8 Humas DPRD Sumut

Humas atau public relations dalam konteks lembaga legislatif seperti Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) merupakan fungsi strategis yang berperan dalam menjembatani komunikasi antara lembaga legislatif dengan publik termasuk masyarakat umum, pemangku kepentingan, dan media massa. Secara konseptual, humas DPRD adalah bagian dari sistem komunikasi kelembagaan yang bertanggung jawab untuk mengelola, menyampaikan, dan memfasilitasi informasi mengenai kegiatan, kebijakan, keputusan, serta fungsi legislatif yang dilaksanakan oleh DPRD (Nadhila et al., 2024; Havifi et al., 2023).

Menurut Nadhila et al. (2024), humas DPRD menjalankan peran penting sebagai penghubung antara lembaga legislatif dengan masyarakat melalui berbagai media komunikasi, termasuk media sosial seperti Instagram, sehingga publik dapat memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan up-to-date tentang aktivitas parlemen. Peran ini bukan sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan hubungan timbal balik yang mendukung pemahaman publik atas tugas DPRD yang mencakup fungsi legislasi, anggaran, dan pengawasan.

Humas DPRD juga dipandang sebagai fasilitator komunikasi publik karena tidak hanya menyampaikan informasi secara satu arah, tetapi juga menyediakan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, kritik, dan masukan melalui mekanisme komunikasi yang tersedia (Kiannur et al., 2024). Dalam hal ini, humas DPRD memainkan peran ganda: sebagai komunikator internal lembaga legislatif

dan intermediary eksternal yang menghubungkan DPRD dengan konstituen melalui kanal komunikasi yang efektif.

Lebih jauh, penelitian di beberapa DPRD menyatakan bahwa humas memiliki fungsi penting dalam menjaga citra positif lembaga legislatif (Sari, 2024) serta meningkatkan transparansi kelembagaan dan kepercayaan publik melalui penyampaian informasi yang efektif dan akuntabel. Peran ini menjadi semakin krusial dalam era digital karena publik memiliki ekspektasi lebih tinggi terhadap keterbukaan informasi dan respon yang responsif dari lembaga negara.

Dalam kajian ilmiah komunikasi kelembagaan, humas DPRD juga diposisikan sebagai *agent of information and accountability*, yang bertugas menerjemahkan proses legislatif yang kompleks menjadi komunikasi publik yang mudah dipahami, sehingga masyarakat dapat menilai kinerja legislatif secara informatif dan partisipatif. Hal ini relevan dengan tujuan demokrasi yang menuntut keterbukaan informasi dan hambatan minimal dalam akses publik terhadap data pemerintah.

Dengan demikian, humas DPRD dapat dirumuskan secara teoretis sebagai fungsi komunikasi kelembagaan yang strategis, tugasnya mencakup penyusunan, pengelolaan, dan penyampaian informasi tentang kegiatan legislatif kepada publik melalui berbagai saluran, termasuk media digital; serta fasilitasi komunikasi dua arah antara lembaga legislatif dengan masyarakat untuk mendukung transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik dalam sistem pemerintahan demokratis.

2.9 Anggapan Dasar

Penelitian ini berangkat dari anggapan bahwa manajemen digital *public relations* merupakan proses pengelolaan komunikasi organisasi melalui media digital yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam menyampaikan informasi kepada publik.

Pengelolaan digital *public relations* yang dilakukan oleh Bagian Humas DPRD Provinsi Sumatera Utara melalui Instagram @humasdprsumut dipahami sebagai upaya institusional untuk menginformasikan kegiatan lembaga kepada masyarakat secara terbuka dan berkelanjutan, sehingga dapat dideskripsikan proses pelaksanaannya melalui pendekatan kualitatif deskriptif.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai fenomena sosial yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh di lapangan (Moleong, 2018). Pendekatan ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis atau mengukur hubungan antarvariabel, melainkan untuk memahami proses dan makna dari suatu aktivitas komunikasi.

Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini berfokus pada manajemen digital public relations DPRD Provinsi Sumatera Utara dalam menginformasikan kegiatan melalui Instagram @humasdprdsulut, yang menuntut pemahaman mendalam terhadap praktik, strategi, dan pengalaman subjek penelitian (Sugiyono, 2019).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian kualitatif berfungsi sebagai alat bantu berpikir untuk memetakan fokus penelitian, bukan sebagai model hubungan sebab-akibat seperti pada penelitian kuantitatif (Moleong, 2018). Oleh karena itu, kerangka konsep dalam penelitian ini tidak memosisikan variabel bebas dan terikat, melainkan menunjukkan alur analisis penelitian. Penelitian ini memusatkan perhatian pada manajemen digital public relations, yang dipahami sebagai rangkaian proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi digital yang dilakukan oleh Humas DPRD Provinsi Sumatera Utara. Ketiga aspek tersebut

dianalisis dalam konteks penyampaian informasi kegiatan lembaga melalui Instagram @humasdprsumut.

Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah:

Gambar 1. Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti 2025

3.3 Defenisi Konsep

Konsep adalah kesepakatan bersama untuk menamai sesuatu dan alat intelektual untuk membantu berpikir dan memecahkan masalah. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu konsep mengandung atribut. Atribut adalah properti atau karakteristik yang dimiliki oleh suatu konsep yang membedakan objek atau peristiwa atau proses dari objek, peristiwa, atau proses lainnya. Sifat dapat didasarkan pada fakta berupa informasi tertentu yang dapat dibuktikan dengan laporan seseorang atau pengamatan langsung (Penelitian et al., 2019). Adapun yang menjadi definisi konsep di kerangka konsep yang diuraikan di atas adalah:

- a. Manajemen Digital Public Relations

Manajemen Digital Public Relations merupakan pengembangan dari konsep public relations tradisional yang beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital. Digitalisasi dalam komunikasi organisasi didefinisikan sebagai integrasi menyeluruh teknologi digital dalam proses komunikasi antara organisasi dan publiknya, yang melibatkan penggunaan platform seperti media sosial, website, dan blog (Zaxrie, 2024).

b. Media Sosial Instagram

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, dan teks sebagai sarana komunikasi dan interaksi dengan publik (Zaxrie, 2024).

c. Informasi Kegiatan DPRD

Informasi kegiatan DPRD adalah segala bentuk pesan yang berkaitan dengan aktivitas, agenda, dan pelaksanaan fungsi DPRD Provinsi Sumatera Utara yang disampaikan kepada masyarakat.

3.5 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian diartikan sebagai proses pengelompokkan data ke dalam kategori yang relevan berdasarkan karakteristik bersama.

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Teoritis	Indikator
1.	Manajemen Digital PR	a. Perencanaan (Planning) b. Pengorganisasian (Organizing)

		c. Pelaksanaan (Actuating) d. Pengawasan (Controlling)
--	--	---

3.6 Informan atau Narasumber

Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Adapun informan dari penelitian ini yaitu Kepala Bagian atau staf Humas DPRD Provinsi Sumatera Utara, Pengelola akun Instagram @humasdprdsulut, sehingga memiliki banyak pengetahuan tentang proses penginformasian kegiatan yang dilakukan menggunakan media sosial Instagram.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk memperoleh informasi yang akan menjadi hasil atau fakta pendukung penelitian (Alhamid & Anufia, 2019). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

3.6.1 Wawancara (Interview)

Interview merupakan serangkaian data berupa tanya jawab antara peneliti dengan narasumber berupa informasi tentang masalah penelitian yang sedang diteliti. Dalam kegiatan *interview* dilakukan dengan terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam sesi wawancara peneliti bebas menanyakan apa saja pertanyaan kepada narasumber yang berhubungan dengan penelitian (Sahir, 2021).

Pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan wawancara secara semi-terstruktur kepada informan untuk memperoleh data terkait proses manajemen digital public relations DPRD Provinsi Sumatera Utara

3.6.2 Observasi

Observasi adalah pemilihan dan pencatatan perilaku orang-orang di lingkungannya. Metode ini berguna untuk menghasilkan deskripsi mendalam tentang organisasi atau peristiwa, untuk memperoleh informasi yang tidak dapat diakses dan untuk melakukan penelitian. Ketika metode lain tidak memadai. Observasi memupuk pemahaman yang mendalam dan kaya tentang fenomena, situasi dan perilaku subjek penelitian (Ramdhan & others, 2021). Penelitian ini akan menggunakan teknik Observasi dengan mengamati secara langsung konten dan aktivitas akun Instagram @humasdprdsumut.

3.6.3 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara menelaah dan menganalisis berbagai dokumen tertulis, visual, maupun digital yang relevan dengan fokus penelitian, seperti arsip, laporan resmi, kebijakan, berita media, unggahan media sosial, foto, video, serta rekaman institusional lainnya (Sugiyono, 2022). Dalam Penelitian ini, peneliti juga akan mengumpulkan data melalui dokumentasi berupa tangkapan layar (screenshot), arsip unggahan Instagram, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah data yang sudah diolah sehingga hasil yang diperoleh mudah dimengerti oleh pembaca penelitian. Analisis data berupa informasi hasil olah data, mengelompokkan hasil dari pengolahan data, meringkas hasil olah data sehingga membentuk suatu kesimpulan penelitian (Sahir, 2021).

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu (Jailani & others, 2023). Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, yakni dengan:

3.8.1 Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data dilakukan melalui berbagai teknik pengumpulan data yang telah dilakukan, yakni penggabungan dari berbagai jenis teknik pengumpulan data, baik wawancara, observasi, maupun studi dokumentasi (Jailani & others, 2023)

3.8.2 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Mereduksi data bisa berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting (Jailani & others, 2023)

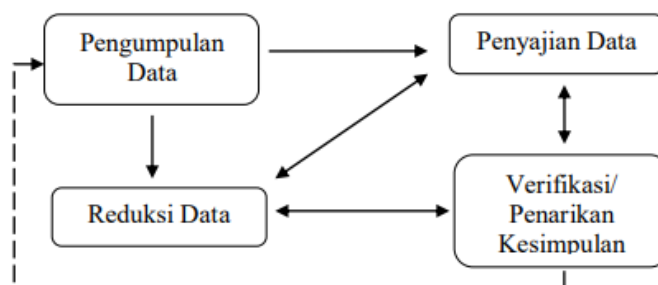
3.8.3 Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan Kesimpulan dan pengambilan Tindakan. Penyajian data yang dimaksudkan dalam bentuk teks naratif, dan bisa disajikan dalam bentuk table, grafik, dan sejenisnya. Melalui penyajian data dalam bentuk display, maka data dapat terorganisir, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami (Jailani & others, 2023)

3.8.4 Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing atau verification*)

Penarikan Kesimpulan atau verifikasi dilakukan selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validasi tetap terjamin (Jailani & others, 2023). Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari objek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut (Waruwu, 2024).

Gambar 3.2 Prosedur dan Tahapan Penelitian Kualitatif

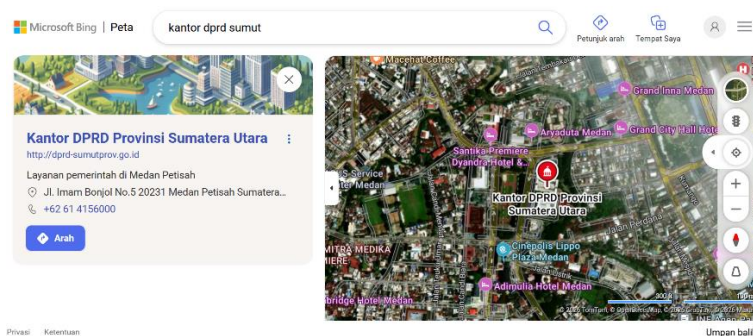


Sumber: Model Miles & Huberman

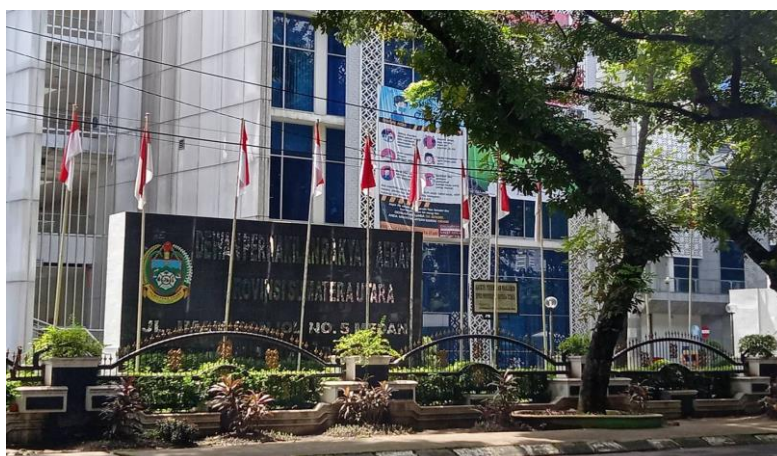
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun Lokasi yang akan digunakan pada pelaksanaan penelitian ini bertempat di Bagian atau staf Humas DPRD Provinsi Sumatera Utara, Pengelola akun Instagram @humasdprdsunut, Kantor DPRD Sumut yang berlokasi di Jalan Imam Bonjol No.5, Petisah Tengah, Kec.Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara, 20231. Kegiatan penelitian ini dimulai dari bulan Februari 2026 sampai selesai.

Gambar. 2 Peta Lokasi Penelitian



Sumber: Google *Maps*



Sumber: HMStimes.com

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Data Informan

Berdasarkan teknik pengumpulan data yang terdapat pada bagian metode penelitian, peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Pada tahap wawancara dilakukan dengan 4 orang informan yang dianggap memiliki pengalaman dan kompetensi terhadap objek penelitian. Informan yang diwawancarai tersebut merupakan pegawai yang sudah bekerja lebih dari setahun pengalaman kerja pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Setda Kota Medan.

Tabel 4.1 Data Informan

No	Nama	Usia	Jabatan	Keterangan Narasumber
1.	Sofyan		Kasubbag Humas, Protokol dan Publikasi	I
2.	Rehan		Fotografer dan Videografer	II
3.	Reynal		Staff Humas/Admin Media Sosial	III

Sumber: Olahan Peneliti 2026

4.1.2 Hasil Wawancara Informan

Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan proses tanya jawab secara tatap muka pertemuan antara peneliti dengan narasumber. Untuk melengkapi proses wawancara mendalam ini, peneliti mempersiapkan 24 pertanyaan untuk narasumber terkait. Dalam wawancara ini peneliti memilih pegawai yang terlibat

langsung dalam proses liputan, mengelola informasi, dokumentasi dan setiap postingan di media sosial, juga memiliki pengalaman kerja lebih dari setahun pada Bagian Humas, Protokol, dan Publikasi Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Utara.

Kegiatan wawancara dimulai dengan perkenalan terlebih dahulu dan menyampaikan maksud dan fokus dari penelitian yang akan dilakukan. Dalam wawancara ini, narasumber diminta menjawab dengan persepsi mereka dan keadaan sesungguhnya tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada tiga orang narasumber terkait apakah humas DPRD Sumut menggunakan media sosial dalam penyebarluasan informasi, dan apa saja jenis media sosial yang

digunakan, dalam hal ini narasumber II, menyatakan:

“Jadi disini, menggunakan media sosial selain ig kita ada website kemudian ada Kerjasama dengan radio, facebook pun juga ada” jelas narasumber II

Narasumber I yang menjabat sebagai Kasubbag Humas, Protokol dan Publikasi membenarkan bahwa DPRD Sumut memiliki beberapa jenis media sosial yang digunakan untuk penyebarluasan informasi. Narasumber III juga menyampaikan hal yang sama terkait media sosial yang digunakan oleh DPRD Sumut dalam menyebarluaskan informasi:

“Benar humas DPRD Sumut menyebarkan informasi dan berita melalui media sosial, kita menggunakan Instagram, facebook, tiktok, youtube, dan ada juga website” ujar narasumber I.

“Tentu saja, kita menggunakan media sosial, seperti facebook, Instagram, website dalam penyebarluasan informasi” terang narasumber III.

Pernyataan yang dibuat oleh Informan I, II, dan III, mengacu pada pernyataan yang membenarkan bahwa humas DPRD sumut menggunakan beberapa jenis media sosial dalam penyebarluasan informasi, seperti Instagram, facebook, website, youtube dan bahkan didukung lagi oleh pernyataan narasumber II yang menyampaikan bahwa humas DPRD sumut juga menggunakan *website* sebagai alat penyebarluasan informasi.

Kemudian peneliti memberikan pertanyaan terkait sejak kapan DPRD sumut menggunakan Instagram sebagai media penyampaian informasi, lalu mengapa humas DPRD sumut lebih aktif dalam menggunakan akun media sosial Instagram @humasdprdsulut dalam menginformasikan kegiatan dari pada media sosial lainnya. Dalam hal ini narasumber I, memberikan pernyataannya:

“Semenjak keterbukaan informasi untuk publik. Nah, jadi memang sesuai petunjuk pemerintah pusat agar semua pemerintahan provinsi dan kabupaten itu harus menyampaikan informasi dan kegiatan secara terbuka.” ujar narasumber I.

“Yah, Instagram itukan sekarang inikan booming ya. Kalau dulu yang boomingkan facebook jadi beralihlah yang lebih update itu di Instagram. Disamping dia realtime informasinya ya kita bisa liat ekspresi marah ataupun kurang senang, tingkat minat masyarakat itu juga tinggi.” sambungnya lagi.

Narasumber II dan III juga menyampaikan hal yang tidak jauh berbeda dengan pernyataan dari narasumber I:

“Sejak maret 2019 ya, Instagram itu jadi media utama kami untuk menyampaikan kegiatan DPRD, karena lebih cepat dan mudah dijangkau masyarakat” ujar narasumber II

“Sejak bulan maret 2019 kemarin, karena kecepatan dari media sosial instagram yang dapat menyebarluaskan informasi secara cepat dengan jangkauan yang lebih luas, salah satu alasannya lagi karena sudah banyak

yang menjadi pengguna media sosial di zaman sekarang” ujar narasumber III.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa perencanaan komunikasi digital dilakukan dengan mengacu pada agenda kegiatan DPRD.

Narasumber 1 menyatakan:

“Biasanya kami sudah punya rencana kegiatan dari agenda DPRD, jadi dari situ kami tentukan mana yang akan dipublikasikan.”

Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan konten bersifat mengikuti kegiatan yang telah dijadwalkan oleh DPRD. Selain itu, perencanaan juga melibatkan tim humas dalam menentukan jenis konten yang akan dipublikasikan.

Narasumber I menambahkan:

“Konten juga disesuaikan sama kegiatan yang lagi berlangsung, jadi sifatnya fleksibel.”

Dengan demikian, perencanaan komunikasi digital PR di DPRD Sumut bersifat situasional dan menyesuaikan dengan dinamika kegiatan lembaga. Pada tahap pelaksanaan, Humas DPRD Sumut melakukan proses produksi konten mulai dari dokumentasi kegiatan hingga publikasi di Instagram.

Narasumber II menyatakan:

“Kalau prosesnya, kami dokumentasi dulu kegiatannya, setelah itu dibuat caption, baru diupload. Jenis konten yang digunakan meliputi foto, video, dan reels, yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi.”

Narasumber III mengatakan:

“Kami sering pakai foto dan video, kadang juga reels supaya lebih menarik.”

Selain itu, interaksi dengan masyarakat juga menjadi bagian dari pelaksanaan komunikasi digital.

Narasumber I menyampaikan:

“Kalau ada pertanyaan penting biasanya kami respon, tapi memang belum semua bisa ditanggapi secara langsung.”

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan masih cenderung satu arah, meskipun sudah terdapat upaya interaksi dengan publik.

Evaluasi dilakukan dengan melihat respon masyarakat terhadap konten yang diunggah.

Narasumber I menyatakan:

“Evaluasi biasanya kami lihat dari respon masyarakat, seperti like, komentar, dan jangkauan postingan.”

Narasumber II menambahkan:

“Dari situ kami lihat konten mana yang lebih menarik dan bisa diperbaiki ke depannya.”

Selain itu, terdapat kendala dalam pengelolaan Instagram, seperti keterbatasan waktu dan sumber daya manusia.

Narasumber III menyatakan:

“Kendalanya kadang di waktu, karena kegiatan DPRD banyak dan harus cepat diposting.”

4.2 Pembahasan

Perencanaan yang dilakukan oleh Humas DPRD Sumut menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi digital telah disusun berdasarkan agenda kelembagaan. Hal ini sejalan dengan konsep manajemen yang menyatakan bahwa perencanaan merupakan tahap awal dalam menentukan tujuan dan strategi komunikasi.

Namun, perencanaan yang bersifat fleksibel menunjukkan bahwa belum terdapat perencanaan konten yang terstruktur secara jangka panjang, sehingga masih bergantung pada kegiatan yang berlangsung.

Pelaksanaan digital public relations di DPRD Sumut menunjukkan bahwa proses komunikasi telah memanfaatkan media sosial secara aktif. Penggunaan foto, video, dan reels menunjukkan adanya upaya untuk menyesuaikan dengan karakteristik media Instagram. Namun, dari sisi komunikasi, interaksi dengan masyarakat masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi masih cenderung satu arah, dan belum sepenuhnya menerapkan konsep two-way communication dalam public relations.

Evaluasi yang dilakukan oleh Humas DPRD Sumut sudah memanfaatkan indikator digital seperti jumlah like dan komentar. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap pentingnya umpan balik publik. Namun, evaluasi masih bersifat sederhana dan belum menggunakan analisis yang lebih mendalam, seperti analisis engagement atau strategi peningkatan interaksi.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa: Manajemen digital PR DPRD Sumut telah berjalan dengan baik secara operasional, Perencanaan masih bersifat fleksibel dan belum terstruktur secara strategis, Pelaksanaan sudah memanfaatkan media digital, tetapi komunikasi masih dominan satu arah. Evaluasi dilakukan, namun masih sederhana.

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Manajemen Digital Public Relations DPRD Sumut dalam Menginformasikan Kegiatan Melalui Instagram @humasdprdsumut, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan komunikasi digital yang dilakukan oleh Humas DPRD Provinsi Sumatera Utara telah berjalan melalui tahapan manajemen, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Pada tahap perencanaan, Humas DPRD Sumut telah menyusun kegiatan komunikasi berdasarkan agenda kelembagaan DPRD. Perencanaan konten dilakukan dengan menyesuaikan kegiatan yang sedang berlangsung, meskipun masih bersifat fleksibel dan belum sepenuhnya terstruktur dalam bentuk perencanaan jangka panjang yang sistematis.

Pada tahap pelaksanaan, Humas DPRD Sumut telah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana penyampaian informasi kegiatan secara aktif. Konten yang disajikan berupa foto, video, dan reels yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat. Namun, dalam praktiknya, komunikasi yang dilakukan masih cenderung satu arah, meskipun terdapat upaya interaksi melalui komentar dan pesan.

Pada tahap evaluasi, Humas DPRD Sumut telah melakukan penilaian terhadap konten yang diunggah dengan melihat respon publik, seperti jumlah like, komentar, dan jangkauan. Evaluasi ini digunakan sebagai bahan pertimbangan

dalam perbaikan konten selanjutnya, meskipun masih dilakukan secara sederhana dan belum menggunakan analisis yang lebih mendalam.

Secara keseluruhan, manajemen digital public relations DPRD Sumut dalam menginformasikan kegiatan melalui Instagram telah berjalan, namun masih memerlukan penguatan terutama dalam hal perencanaan yang lebih strategis, peningkatan interaksi dengan publik, serta pengembangan evaluasi yang lebih sistematis.

5.2 Saran

1. Humas DPRD Sumut disarankan menyusun perencanaan konten Instagram secara lebih terstruktur.
2. Perlu meningkatkan interaksi dengan masyarakat melalui fitur media sosial.
3. Evaluasi pengelolaan Instagram perlu dilakukan secara lebih sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). Interactivity on government social media to improve public services. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*.
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). Resume: Instrumen pengumpulan data. *Sorong: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)*, 1–20.
- Anshori, A. (2019). *Pencitraan Politik Melalui Media Sosial Terhadap Sikap Pemilih di Kota Medan*.
- Breakenridge, D. (2017). *Social media and public relations: Eight new practices for the PR professional*. Pearson Education.
- Daft, R. L. (2021). *Management* (14th ed.). Cengage Learning.
- Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2015). *The new public service: Serving, not steering* (4th ed.). Routledge.
- El-Astal, M., & El-Youssef, H. (2025). What is digital communication? Developing a conceptual definition of the term. *Forum for Linguistic Studies*, 7(1), 471–479. <https://doi.org/10.30564/fls.v7i1.7766>
- Faustyna, S., & MM, M. I. (2022). *Manajemen Penerbitan Public Relations* (Vol. 1). umsu press.
- Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, 6(2).
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Hidayat, F. P., Hardiyanto, S., Lubis, F. H., & Adhani, A. (2023). Kemampuan Literasi Media Sebagai Upaya Mengantisipasi Cybercrime Pada Remaja Di Kota Medan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 13–25. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.12904>
- Jailani, M. S., & others. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Kharisma, T., & Kurniawan, F. (2023). Public relations in the digital era: case study of the use of social media by government public relations in ANRI. *Jurnal InterAct*, 7(1).
- Ki, E.-J., Ertem-Eray, T., & Hayden, G. (2024). The evolution of digital public relations research. *Public Relations Review*, 50(5), 102505.

<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102505>

- Kiannur, A., Saifullah, M., Windiarty, A., Silviya, T., & Mayasari Angelia, N. (2024). Peran Humas Sekretariat DPRD Provinsi Kalimantan Tengah dalam Pengelolaan Aspirasi Masyarakat. *Desentralisasi: Jurnal Hukum, Kebijakan Publik, Dan Pemerintahan*, 2(1). <https://doi.org/10.62383/desentralisasi.v2i1.392>
- Leston-Bandeira, C., & Thompson, L. (2022). *Parliaments and parliamentarians in the digital age*. Oxford University Press.
- Mahda, A. S., Zumrodah, A., Daud, K. I., & Anshori, M. I. (2025). Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(5), 1957.
- McQuail, D. (2018). *McQuail's mass communication theory* (7th ed.). Sage.
- Meijer, A., Curtin, D., & Hillebrandt, M. (2019). Open government: Connecting vision and voice. *International Review of Administrative Sciences*, 85(3), 529–545. <https://doi.org/10.1177/0020852317752913>
- Men, L. R., & Bowen, S. A. (2023). Excellence in internal communication management. *Public Relations Review*, 49(4), 102372. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102372>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nadhila, F., Ningrum, R. S., Shafarina, J. F., & Anggrayni, D. (2024). Peran Humas dalam Mempublikasikan Kegiatan DPRD Kota Bogor Melalui Media Sosial Instagram. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 8(1). <https://doi.org/10.32832/komunika.v8i1.11488>
- Nuruzzaman, M., Nurfalah, F., & Santika, R. (2024). Digital Public Relations communication strategy in higher education institutions. *Media Journal*, 3(1).
- Penelitian, K. D., Metodologi, M., Penelitian, P., & Umum, S. (2019). *Metodologi Penelitian*. 1–13.
- Rachmawati, Y. (2019). Transparansi informasi publik pada lembaga legislatif daerah. *Jurnal Komunikasi Pemerintahan*, 3(2), 45–58.
- Ramdhan, M., & others. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (15th ed.). Pearson.
- Ruijter, E., & Meijer, A. (2020). Open government data as an innovation process: Lessons from a living lab experiment. *Public Performance & Management Review*, 43(3), 613–635. <https://doi.org/10.1080/15309576.2019.1568884>

- Saad, S., & Ahmad, J. (2024). The Digital Shift in Public Relations. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sari, I. N. (2024). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Positif pada Lembaga Pemerintahan DPRD Provinsi Sumatera Selatan. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(7), 134.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Teguh, M., Al Qotrunnada, N., Calysta, K., Bungin, B., & Ahmad, M. K. (2025). Utilizing Instagram for digital government public relations by Diskominfo Jatim. *Jurnal Komunikator*.
- Terry, G. R. (2018). *Principles of management*. Richard D. Irwin.
- Wardhani, S. P. (2025). Public Relations Innovation in the Digital Era. *Indonesian Journal of Education and Social Studies*.
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211.
- Watajdid, N. I. (2021). Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XX(3), 241–257.
- Zaxrie, S. A. dkk. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan The Role Of Social Media As A Digital. *Indonesian Journal of Digital Public Relations*, 3(1), 26–39.

LAMPIRAN



**Dokumentasi Wawancara Sofyan,
Pada tanggal 12 Maret 2026**



**Dokumentasi Wawancara Reihan,
Pada tanggal 11 Maret 2026**



UMSU
 Ummu | Cordat | Terpercaja
 Bisa menghibur bisa jadi alat untuk
 mencari dan mengganyu

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berkerjasama Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1013/SK/DAN-PT/AK.KP/PT/11/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Muthib Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631000
 https://iisip.umcu.ac.id | iisip@umcu.ac.id | UumsuMedan | UumsuMedan | UumsuMedan | UumsuMedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
 (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Medan, 12 Desember 2025.

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu
 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat. Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama Lengkap : Wenny Angelina
 NPM : 270311061
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Tabungan sks : 125 sks, IP Kumulatif 3,80

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No	Judul	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Kritis Humas DPRD Sumut dalam Merespons Polemik Kebijakan Daerah.	
2	Manajemen Digital Public Relations DPRD Sumut dalam menginformasikan kegiatan melalui Instagram @ humas dprd sumut.	✓ 29 Des 2025
3	Penyelenggaraan Komunikasi Bencana BPBD Sumut dalam Pengurangan Risiko Bencana Berbasis Masyarakat.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.
 Medan, tgl. 23 Desember 2025

Ketua,

Dr. Akhyar Anshori, S.sos., Mj., Kom
 NIDN: 0127048401

109.22.311

Pemohon,

(Wenny Angelina)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi: Ilmu Komunikasi

(Dr. Ribant Priadi)





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UIN mengabdikan ilmu dan agamahnya untuk
memajukan bangsa dan dunia

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PT/Ak.KP/PT/XU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2252/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 23 Desember 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **WENNY ANGELINA**
NPM : **2203110161**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Semester : **VII-(Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026**
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **MANAJEMEN DIGITAL PUBLIC RELATIONS DPRD SUMUT DALAM MENGINFORMASIKAN KEGIATAN MELALUI INSTAGRAM @HUMASDPRDSUMUT**

Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADL, M.LKom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 109.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 23 Juni 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 03 Rajab 1447 H
23 Desember 2025 M

Dekan

Asoc. Prof. Dr. AMIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing yang di Medan;
3. Peringgal.



Dipindai dengan CamScanner



AKSI KUALITAS MELAKUKAI
Malaysia Qualification Agency



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK-KP/PT/UK/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Rasri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 23 Januari 2026

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Wenny Angelina
 N P M : 2203110161
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 2252.../SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2026, tanggal 23 Desember 2025 dengan judul sebagai berikut :

Manajemen Digital Public Relations DPPD Sumut Dalam Menginformasikan Kegiatan Melalui Instagram @humadpids Sumut

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam*

Diketahui oleh Ketua
 Program Studi

Menyetujui
 Pembimbing

Pemohon,

Dr. Anshori, S.sos, M.I.Kom (Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, M.Kom Wenny Angelina)

NIDN: 012 70 28401

NIDN: 012 005 7303





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 203/JUND/II.3 AU/UMSU-03/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 30 Januari 2026
Waktu : 14.00 WIB s.d. selesai
Tempat : R. 410 Gd. C FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : Dr. AKHYAR ANSHORI., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
1	ELDA H. SITI MARWAH MARPAUNG	2203110020	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.,	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	REPRESENTASI MAKNA KEHILANGAN DALAM FILM DRAWING CLOSER KARYA TAKAHIRO MIKI DAN FILM LOVE LIKE THE FALLING PETTALS KARYA KEISUKE UYAMA
2	WENNY ANGELINA	2203110161	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI., M.I.Kom.	STRATEGI DIGITAL PUBLIC RELATIONS DPRD SUMUT DALAM MENGINFORMASIKAN KEGIATAN MELALUI INSTAGRAM @HUHASDPROSUMUT
3	IKHSAN PRIADI	2203110263	Assoc. Prof. Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI T.G. S.Sos., M.AP.	POLA KOMUNIKASI BNP SUMATERA UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM AFTERCARE BEBAS NARKOBA BAGI MANTAN PECANDU
4	ANGGARAINI AFNI	2203110293	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI KEJAKSAAN TINGGI SUMATERA UTARA DALAM MEMBERIKAN EDUKASI MELALUI PROGRAM JAKSA MASUK SEKOLAH
5	DVIA AMANDA SABRANG	2203110165	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum.	Assoc. Prof. Dr. LEYLA KHAIRANI., M.Si.	KOMUNIKASI INKLUSIF RELAWAN DAN TEMAN TULI DI KOMUNITAS TEMANDINNY MEDAN

Medan, 10 Syaaban 1447 H
29 Januari 2026 M



(Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK-BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fkip.umu.ac.id>

fkip@umu.ac.id

[umsu](#)

[umsu](#)

[umsu](#)

[umsu](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Wenny Angelina
N P M : 2203110161
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Manajemen Digital Public Relations
Judul Skripsi : PRD Sumut Dalam Menginformasikan Kegiatan melalui Instagram @Humasprds Sumut.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	22/12/2025	Acc Judul Skripsi	
2.	18/01/2025	Bimbingan Pertama Proposal	
3.	22/01/2025	Bimbingan Kedua proposal	
4.	23/01/2025	Bimbingan proposal Bab 1, 2, dan 3	
5.	24/01/2025	Acc Seminar Proposal	
6.	18/02/2025	Bimbingan Draft Wawancara	
7.	26/02/2025	Acc Draft Wawancara	
8.	13/03/2025	Bimbingan Bab 4 dan 5	
9.	2/04/2025	Bimbingan Revisi Bab 4 dan 5	
10.	6/04/2025	Acc Tugas Akhir	

Medan, 6 April 2026

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arifin Bahch, S.Sos., MSP.)
NIDN : 0050017402

(Dr. Afhar Ans Hori, S.Sos., M.Pd.)
NIDN : 0127048401

(Asst. Prof. Dr. Hani Pradi, M.I., Kom.)
NIDN : 0120057303



Acc PA P
/ 26/2/2026

DRAFT WAWANCARA PENELITIAN MANAJEMEN DIGITAL PUBLIC
RELATIONS DPRD SUMUT DALAM MENGINFORMASIKAN KEGIATAN
MELALUI INSTAGRAM @HUMASDPRDSUMUT

No	Pertanyaan Wawancara
1.	Sejak kapan DPRD Sumut menggunakan Instagram sebagai media penyampaian informasi kegiatan?
2.	Apa tujuan utama penggunaan Instagram @humasprdsunut bagi Humas DPRD Sumut?
3.	Bagaimana peran Humas dalam pengelolaan komunikasi digital DPRD Sumut?
4.	Bagaimana proses perencanaan penyampaian informasi kegiatan DPRD melalui Instagram?
5.	Apakah terdapat perencanaan khusus terkait jenis konten yang akan diunggah?
6.	Siapa saja yang terlibat dalam proses perencanaan konten Instagram?
7.	Bagaimana penentuan sasaran audiens dari konten Instagram DPRD Sumut?
8.	Apakah terdapat pedoman atau kebijakan tertulis dalam pengelolaan Instagram?
9.	Bagaimana pembagian tugas dalam tim Humas terkait pengelolaan Instagram?
10.	Bagaimana alur koordinasi antara Humas dan bagian lain dalam penyampaian informasi kegiatan?
11.	Apakah terdapat mekanisme persetujuan konten sebelum diunggah ke Instagram?
12.	Bagaimana proses pembuatan konten informasi kegiatan DPRD untuk Instagram?
13.	Jenis konten apa saja yang paling sering digunakan (foto, video, reels, caption)?
14.	Bagaimana cara Humas menyampaikan informasi agar mudah dipahami masyarakat?
15.	Seberapa rutin unggahan dilakukan?
16.	Bagaimana Humas mengelola interaksi publik seperti komentar dan pesan langsung?
17.	Apakah Humas memberikan respons terhadap komentar atau pertanyaan masyarakat?
18.	Bagaimana Humas melakukan evaluasi terhadap pengelolaan Instagram?
19.	Indikator apa yang digunakan untuk menilai keberhasilan penyampaian informasi?
20.	Apakah hasil evaluasi digunakan untuk perbaikan konten selanjutnya?
21.	Apakah terdapat kendala dalam pengelolaan Instagram DPRD Sumut?
22.	Kendala apa saja yang dihadapi Humas dalam mengelola Instagram DPRD Sumut?
23.	Bagaimana upaya Humas mengatasi kendala tersebut?
24.	Apa harapan Humas terhadap peran Instagram sebagai media komunikasi DPRD ke depan?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mengabdikan diri ke masyarakat
nomor satu terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PTXU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 458/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2026
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 11 Ramadhan 1447 H
28 Februari 2026 M

Kepada Yth : Kepala Bagian 1 Kepala Subbagian Humas DPRD Sumatera Utara
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di DPRD Sumatera Utara, atas nama :

Nama mahasiswa : **WENNY ANGELINA**
NPM : 2203110161
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **MANAJEMEN DIGITAL PUBLIC
RELATIONS DPRD SUMUT DALAM
MENGINFORMASIKAN KEGIATAN
MELALUI INSTAGRAM
@HUMASDPRDSUMUT**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,



Dr. ARIFIN SA'ADAH, S.Sos., MSP.
NIDN 0030017402



Cc : File.





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 789/UND/II 3 AU/UMSU-02/F/2026

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jum'at, 10 April 2026
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2
Pembukaan : 08.00 WIB

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Waktu	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
46	WENNY ANGELINA	2203110161	P	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom	MANAJEMEN DIGITAL PUBLIC RELATIONS DPRD SUMUT DALAM MENGINFORMASIKAN KEGIATAN MELALUI INSTAGRAM @HUMASDPRDSUMUT
47	FARIZ PRAWIRANEGARA	2203110423P	P	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM GERAKAN ORANGTUA ASUH CEGAH STUNTING (GENTING) BAZNAS SUMATERA UTARA
48	MUHAMMAD RAFFI	2203110389	P	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A	ANALISIS TEKNIK VERTIKAL VIDEO VISUAL CONTENT AKUN TIKTOK @SIBANGZUL_ DALAM MEMROMOSIKAN DESTINASI WISATA DI SUMATERA UTARA
49	IMAM IKHWAN ADITYA HARAHAP	2203110372	P	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI BPSDM PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PROGRAM PELATIHAN APACATUR SIPIL NEGARA
50	SELVIA AMELIA PUTRI	2203110116	P	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLA PANTAI MATANG MATIK DALAM MENINGKATKAN EKSTENSIFITAS DAN DAYA TARIK WISATA DI PERBAUNGAN

Notulis Sidang :

Medan, 20 Syawal 1447 H
08 Maret 2026 M

Ditandatangani oleh
a.n. Rektor
Wakil Rektor

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, S.H., M.HumK

Panitia Ujian

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Wenny Angelina
Tempat/Tanggal Lahir : P.Sidempuan/28 April 2004
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jalan Rahayu Gang Cempaka 15, Tembung
Anak Ke : 2 dari 3 bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah : Ahmad Dharmawan
Nama Ibu : Roswati M Silitonga A.Md.,Keb
Pekerjaan Ayah : Polri
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jalan Rahayu Gang Cempaka 15, Tembung

Pendidikan Formal

TK : TK Aisyiyah Sei Mencirim
SD : SD Negeri 138 Pekanbaru
SMP : SMP Negeri 34 Pekanbaru
SMA/K : SMA Swasta Teladan Pematang Siantar
S1 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara