



RESEARCH ARTICLE

ANALISIS PENCITRAAN LEMBAGA PEMERINTAH OLEH HUMAS DALAM PEMBERITAAN MEDIA ONLINE NASIONAL

Afwan Syahril Manurung¹ | Suhendri¹ | Wahyunisa¹ | Hazrina Syahirah Putri² | Syifa Urrahmah³

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

² Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Dakwah Komunikasi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

³ Program Studi Komunikasi, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Mahakarya Aceh

Correspondence

Afwan Syahril Manurung
Email:afwansyahril789@gmail.com

<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n>

Abstract: *The development of national online media has made news framing a crucial factor in shaping the image of government institutions. In this context, the role of Public Relations (PR) becomes strategic in managing public communications and maintaining institutional reputations amidst the dynamics of digital opinion. This study employed a descriptive qualitative approach with content analysis techniques on six news articles from Kompas.com, Detik.com, and CNNIndonesia.com. Data were purposively selected based on issue relevance, framing variations, and links to institutional communication. The analysis was conducted by integrating Robert Entman's framing model and a two-way symmetrical communication approach. The results show that media framing of government institutions tends to be negative on crisis issues, such as corruption and legal processes, and neutral to positive on policy issues. Framing is influenced by the choice of diction, the prominence of actors, and the presence of official sources. The active involvement of PR results in a more balanced framing, while its absence leads to the dominance of media narratives that are detrimental to the institution's image. These findings emphasize the importance of integrating PR communication strategies with an understanding of media framing in building institutional image in the digital era.*

Keywords: *Government Public Relations, Institutional Image, Online Media*

Abstrak: Perkembangan media online nasional menjadikan framing pemberitaan sebagai faktor penting dalam pembentukan citra lembaga pemerintah. Dalam konteks ini, peran Humas menjadi strategis untuk mengelola komunikasi publik dan menjaga reputasi institusi di tengah dinamika opini digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi terhadap enam artikel berita dari Kompas.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com. Data dipilih secara purposive berdasarkan relevansi isu, variasi framing, dan keterkaitan dengan komunikasi kelembagaan. Analisis dilakukan dengan mengintegrasikan model framing Robert Entman serta pendekatan komunikasi simetris dua arah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa framing media terhadap lembaga pemerintah cenderung negatif pada isu krisis, seperti korupsi dan proses hukum, serta netral hingga positif pada isu kebijakan. Framing dipengaruhi oleh pemilihan diksi, penonjolan aktor, dan kehadiran narasumber resmi. Keterlibatan aktif Humas menghasilkan framing yang lebih seimbang, sedangkan ketidakhadirannya menyebabkan dominasi narasi media yang merugikan citra institusi. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi strategi komunikasi Humas dengan pemahaman framing media dalam membangun citra institusional di era digital.

Kata Kunci: Humas Pemerintah, Pencitraan Lembaga, Media Online

1 | PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam era digital telah membawa perubahan fundamental dalam praktik komunikasi publik. Media online menjadi kanal dominan dalam pembentukan opini masyarakat, termasuk dalam membingkai citra lembaga pemerintah. Dalam konteks ini, pencitraan institusional tidak lagi bersifat simbolik semata, tetapi menjadi bagian integral dari strategi komunikasi organisasi negara. Kehadiran Humas sebagai komunikator strategis memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi, membangun kepercayaan, serta merespons dinamika opini publik (Bourne, 2022; Lovari & Valentini, 2020; Papani, 2025). Dalam memahami bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap lembaga pemerintah, pendekatan framing media menjadi sangat relevan.

Teori framing menjelaskan bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi realitas sosial melalui seleksi isu, penonjolan aspek tertentu, serta penggunaan bahasa yang memengaruhi interpretasi khalayak (Abma et al., 2019; Ezquerro et al., 2024). Penelitian mutakhir menegaskan bahwa framing dalam media digital semakin kompleks karena dipengaruhi oleh algoritma, kecepatan produksi konten, serta dinamika interaksi pengguna (Borah, 2011; Sonni, 2025; Kurniawan et al., 2022). Dalam konteks ini, Humas pemerintah dituntut untuk memahami logika produksi berita dan framing media, karena konstruksi narasi yang berkembang di ruang publik digital dapat memperkuat maupun merusak citra institusional secara signifikan.

Dalam praktiknya, media memiliki kecenderungan untuk memilih frame tertentu, baik yang menonjolkan keberhasilan program pemerintah maupun yang menggarisbawahi kontroversi dan kegagalan kebijakan. Oleh karena itu, strategi komunikasi kehumasan perlu diselaraskan dengan pemahaman terhadap konstruksi media agar institusi mampu mengelola citra secara proaktif dan adaptif (Zhang et al., 2024). Sejumlah penelitian menunjukkan pentingnya analisis framing dalam memahami dampak media terhadap persepsi publik. Studi oleh (Alfando et al., 2021) mengungkap perbedaan framing antara media online dalam membentuk opini terhadap kebijakan publik, sementara (Kurniawan et al., 2024) menunjukkan bahwa konstruksi framing media berpengaruh signifikan terhadap preferensi politik pembaca. Selain itu, dalam perspektif teori simetri dua arah, komunikasi yang ideal antara pemerintah dan masyarakat menekankan dialog, transparansi, dan responsivitas sebagai fondasi kepercayaan publik (Ezquerro et al., 2024).

Seiring dengan tuntutan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU No. 14 Tahun 2008), praktik kehumasan pemerintah mengalami transformasi menuju *digital public relations* yang menekankan keterbukaan, kecepatan, dan interaktivitas. Pengelolaan media sosial, platform digital, serta keterlibatan publik menjadi indikator utama keberhasilan komunikasi institusi di era digital. Penelitian internasional terbaru menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi pemerintah di media digital sangat ditentukan oleh konsistensi pesan, kredibilitas sumber, dan kemampuan merespons krisis secara cepat (Hatta et al., 2025; Citra et al., 2025; Widayati et al., 2021). Dalam konteks ini, citra lembaga yang positif tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga mendorong partisipasi warga dalam kebijakan dan program pemerintah.

Oleh karena itu, strategi komunikasi kehumasan perlu diselaraskan dengan pemahaman terhadap logika pemberitaan dan konstruksi media, agar institusi mampu mengelola citra secara proaktif. Penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya analisis framing dalam memahami dampak media terhadap persepsi publik. Misalnya, menganalisis framing Kompas.com dan Detik.com terhadap kebijakan "Kaltim Silent", dan menemukan bahwa media menggunakan *frame* yang berbeda untuk membentuk dukungan atau penolakan publik terhadap kebijakan tersebut.

Demikian pula, mengungkap konstruksi citra politik pasangan calon presiden di media cetak melalui teknik analisis framing, yang secara signifikan memengaruhi pilihan pembaca dalam konteks pemilu. Dalam teori simetri dua arah yang dikemukakan oleh (Alawi et al., 2025) idealnya Humas berperan sebagai jembatan komunikasi yang memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara pemerintah dan masyarakat.

Pengelolaan akun media sosial, platform digital, dan engagement publik menjadi indikator baru keberhasilan komunikasi institusi (Savitri et al., 2022). Dalam situasi krisis yang terjadi secara daring, kecepatan respons, konsistensi narasi, dan kemampuan beradaptasi menjadi penentu utama reputasi lembaga. Citra lembaga yang positif tidak hanya mendatangkan kepercayaan, tetapi juga meningkatkan partisipasi warga dalam kebijakan dan program pemerintah (Santoso et al., 2025). Dalam hal ini, Humas tidak hanya bertindak sebagai juru bicara, tetapi sebagai pengelola hubungan strategis antara negara dan rakyat melalui media digital. Oleh karena itu, pencitraan institusional di media online tidak bisa dilepaskan dari pemahaman terhadap dinamika media, strategi komunikasi berbasis reputasi, serta relasi timbal balik antara lembaga dan masyarakat.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji framing media dan komunikasi pemerintah, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang signifikan. Pertama, sebagian besar studi terdahulu cenderung berfokus pada analisis framing media secara terpisah tanpa mengaitkannya secara komprehensif dengan strategi komunikasi Humas pemerintah sebagai aktor institusional. Kedua, penelitian yang mengintegrasikan analisis framing media dengan praktik digital public relations dalam konteks lembaga pemerintah, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia, masih terbatas. Ketiga, belum banyak kajian yang secara simultan menganalisis hubungan antara strategi komunikasi Humas, konstruksi framing media online nasional, serta implikasinya terhadap pembentukan citra institusional dalam ekosistem digital yang dinamis. Dengan demikian, diperlukan penelitian yang mampu mengisi kekosongan tersebut melalui pendekatan integratif yang menghubungkan dimensi strategi komunikasi, konstruksi media, dan persepsi publik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana strategi komunikasi Humas lembaga pemerintah diterapkan dalam membentuk citra institusi melalui media online nasional. Dengan pendekatan analisis isi terhadap berita media dan dokumen kehumasan, penelitian ini akan mengidentifikasi pola framing, narasi dominan, serta penggunaan diksi dalam pembentukan citra di ruang digital. Fokus penelitian mencakup analisis strategi komunikasi Humas, framing media terhadap lembaga pemerintah, efektivitas komunikasi dalam membentuk persepsi publik, serta faktor pendukung dan penghambat dalam proses pencitraan institusional. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian komunikasi strategis, khususnya dalam perspektif government public relations dan institutional image building di era digital. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar penguatan kapasitas Humas pemerintah dalam membangun relasi yang konstruktif dengan media serta merancang komunikasi publik yang adaptif, kredibel, dan berbasis data dalam menghadapi dinamika komunikasi digital kontemporer.

2 | METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami bagaimana pencitraan lembaga pemerintah dibentuk melalui pemberitaan media online nasional. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggambarkan fenomena komunikasi secara mendalam

berdasarkan data naratif yang bersumber dari teks media, seperti berita online dan dokumen kehumasan. Data utama diperoleh dari media nasional seperti Kompas.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com yang memiliki jangkauan luas serta kredibilitas tinggi dalam ekosistem media digital Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder berupa siaran pers resmi dan konten digital institusi pemerintah sebagai bahan pembandingan untuk melihat konsistensi pesan komunikasi (Haryono, 2023).

Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis isi kualitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola narasi, framing, serta konsistensi antara pesan Humas dan pemberitaan media. Proses pengkodean terbuka diterapkan untuk mengelompokkan tema dominan dan mengungkap dinamika pencitraan institusional. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi pemerintah dalam membentuk persepsi publik di ruang digital, sekaligus menilai sejauh mana media berperan sebagai pembentuk atau distorsi citra lembaga

Dalam penelitian ini, peneliti secara khusus menganalisis 6 artikel berita yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pemilihan artikel dilakukan secara selektif berdasarkan beberapa kriteria berikut Relevansi isu: Artikel harus memuat pemberitaan terkait lembaga pemerintah, khususnya yang berkaitan dengan kebijakan publik, program kerja, atau isu strategis yang berdampak pada masyarakat. Periode waktu: Artikel dipublikasikan dalam rentang waktu tertentu (misalnya 1–2 tahun terakhir) untuk memastikan relevansi dengan konteks komunikasi digital terkini. Sumber media: Artikel berasal dari media online nasional yang kredibel dan memiliki tingkat kunjungan tinggi, yaitu Kompas.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com. Keberagaman framing: Artikel dipilih dengan mempertimbangkan variasi sudut pandang pemberitaan (positif, negatif, dan netral) untuk menangkap dinamika konstruksi citra secara komprehensif. Kelengkapan konten: Artikel memiliki struktur berita yang utuh (judul, lead, isi berita, kutipan narasumber) sehingga memungkinkan analisis framing dilakukan secara mendalam. Keterkaitan dengan komunikasi Humas: Artikel memuat atau merujuk pada pernyataan resmi, siaran pers, atau aktivitas komunikasi dari pihak Humas lembaga pemerintah.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis isi kualitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola narasi, penggunaan diksi, serta konsistensi antara pesan Humas dan pemberitaan media. Proses analisis diawali dengan pengkodean terbuka (*open coding*) untuk mengelompokkan tema-tema utama yang muncul dalam teks berita. Selanjutnya, dilakukan kategorisasi untuk menemukan pola pencitraan institusional yang dominan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi pemerintah dalam membentuk persepsi publik di ruang digital, sekaligus mengidentifikasi peran media dalam memperkuat atau mendistorsi citra lembaga (Imran, 2015).

Selain analisis isi, penelitian ini juga menggunakan pendekatan analisis framing untuk mengkaji bagaimana media mengonstruksi realitas sosial terkait lembaga pemerintah. Model framing yang digunakan merujuk pada pendekatan (Entman, 1993) yang mencakup empat elemen utama, yaitu *define problems, diagnose causes, make moral judgments, dan suggest remedies*. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi kecenderungan media dalam menyoroti aspek tertentu dari institusi pemerintah serta memahami bagaimana konstruksi framing tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra di ruang digital.

3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Pemberitaan Media Online Nasional

Penelitian ini menganalisis enam artikel dari Kompas.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com untuk mengkaji bagaimana media membingkai citra lembaga pemerintah serta bagaimana respons Humas memengaruhi konstruksi citra tersebut. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan framing (Entman, 1993) yang mencakup empat elemen: *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgments*, dan *suggest remedies*.

Secara umum, ketiga media menunjukkan karakter framing yang berbeda dalam membentuk citra lembaga pemerintah. Kompas.com cenderung menggunakan pendekatan analitis dan berbasis data, dengan penekanan pada fakta, angka, serta kutipan otoritatif. Dalam isu negatif, framing lebih sistematis dan mendalam, namun dalam isu klarifikasi, media ini juga memberi ruang pada narasi institusi. Detik.com menampilkan gaya cepat, langsung, dan aktual, dengan judul yang kuat dan cenderung membentuk persepsi awal pembaca. Framing lebih dinamis, tetapi sering kali kurang memberikan kedalaman konteks jika tidak didukung oleh pernyataan resmi. CNNIndonesia.com cenderung menggunakan pendekatan naratif dan interpretatif, dengan struktur berita yang membangun kronologi serta kredibilitas melalui verifikasi. Namun, dalam beberapa kasus, absennya suara Humas membuat framing menjadi tidak sepenuhnya terkontrol oleh institusi. Perbandingan ini menunjukkan bahwa konstruksi citra lembaga pemerintah sangat dipengaruhi oleh gaya editorial media, serta sejauh mana Humas mampu masuk dalam ruang pemberitaan.



Gambar 1 Berita “Korupsi APD Covid-19, Eks Pejabat Kementerian Kesehatan (Kemenkes) Jalani Sidang Tuntutan”

(Sumber: Kompas.com, 2026)

Berita 1: Kasus Korupsi APD (Kompas.com)

Define Problems: Korupsi pengadaan APD sebagai skandal besar yang merugikan negara
Diagnose Causes: Penyalahgunaan wewenang oleh pejabat Kemenkes. **Make Moral Judgments:** Tindakan korupsi dinilai sebagai pelanggaran serius terhadap kepercayaan publik. **Suggest Remedies:** Penegakan hukum melalui proses persidangan

Analisis Framing

Framing sangat negatif dan berorientasi pada skandal, dengan penekanan pada angka kerugian dan aktor. Tidak adanya narasi penyeimbang memperkuat persepsi kegagalan institusi.

Respons Humas

Tidak adanya keterlibatan Humas menunjukkan kelemahan komunikasi krisis, sehingga media membangun framing secara sepihak.

Berita ini mengangkat kasus dugaan korupsi pengadaan alat pelindung diri (APD) Covid-19 yang melibatkan mantan pejabat Kemenkes. Framing yang dibangun cenderung negatif, dengan penekanan pada kerugian negara sebesar Rp 319 miliar. Penambahan diksi sebagai pengutipan dari Jaksa KPK, membuat isi artikel menjadi dianggap benar karena berita dipublikasi setelah dilakukannya wawancara. Diksi yang dibuat dalam artikel juga menyebutkan nama-nama yang melakukan, bukan membuat dengan inisial. Berita dikemas dengan menekankan angka, nama-nama orang dan perusahaan yang terlibat dalam kasus tersebut. Hal ini membuat pembaca fokus pada aspek angka yang besar. Struktur artikel, terfokus dengan angka yang bermilyar, pelaku korupsi, status pejabat publik, proses sidang, dan dampak yang terjadi terhadap negara. Framing yang dibuat dalam artikel hanya pada kegagalan. Tidak memunculkan diksi yang mengarah pada solusi.

Artikel tampil dengan tidak terdapat klarifikasi atau pernyataan dari Humas Kemenkes dalam artikel tersebut. Hal ini menunjukkan kelemahan dalam manajemen krisis dan minimnya strategi komunikasi korektif yang seharusnya digunakan untuk membatasi dampak negatif terhadap citra lembaga. Ketidakhadiran Humas sebagai narasumber juga membuka peluang framing sepihak oleh media. Dampaknya adalah persepsi publik terhadap integritas lembaga menjadi terganggu, sehingga diperlukan tindakan strategis berupa klarifikasi resmi dan pelibatan aktif dalam agenda media.



Gambar 2 Berita” Kenapa Kolegium Perlu Diatur Pemerintah? Ini Penjelasan Kemenkes”
(Sumber : Kompas.com, 2026)

Berita 2: Penjelasan Kolegium (Kompas.com)

Define Problems: Kebingungan publik terhadap regulasi kolegium. Diagnose Causes: Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap kebijakan. Make Moral Judgments: Pemerintah diposisikan sebagai pihak yang perlu meluruskan informasi. Suggest Remedies: Edukasi publik melalui penjelasan resmi

Analisis Framing

Framing positif dan edukatif, dengan penekanan pada klarifikasi kebijakan.

Respons Humas

Humas berperan aktif melalui komunikasi dua arah, menunjukkan strategi klarifikasi dan penguatan kredibilitas.

Artikel ini menunjukkan sisi lain strategi komunikasi Kemenkes yang lebih terbuka. Dalam menjawab keresahan publik mengenai pengaturan kolegium, Kemenkes melalui Staf Khusus Menteri memberikan penjelasan mendetail. Ini merupakan contoh penerapan komunikasi simetris dua arah, sebagaimana yang dianjurkan Grunig dan Hunt, di mana institusi tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga menanggapi umpan balik dari publik. Respons ini menunjukkan adanya strategi klarifikasi dan edukasi publik dalam menjaga kredibilitas lembaga. Kejelasan narasi yang disampaikan memperlihatkan peran aktif humas dalam membangun pemahaman publik dan menciptakan dialog konstruktif dengan stakeholder. Penggunaan diksi yang dilakukan dalam artikel tersebut, mengarah pada pemerintah terkhusus pada Kemenkes. Hal tersebut menjadi strategi komunikasi Kemenkes guna membentuk persepsi publik. Pengutipan kata yang ditampilkan menggunakan asli kalimat seperti berbicara, tidak dikemas sebagaimana agar terlihat formal.



Gambar 3 Berita "Mantan Menkominfo Budi Arie Diperiksa di Bareskrim Polri"

(Sumber: Detik.com, 2026)

Berita 3: Pemeriksaan Mantan Menteri (Detik.com)

Define Problems: Dugaan keterlibatan pejabat dalam kasus hukum Diagnose Causes: Tindakan individu pejabat. Make Moral Judgments: Ada indikasi pelanggaran hukum dan etika. Suggest Remedies: Proses pemeriksaan oleh aparat

Analisis Framing

Framing tajam dan berpotensi merusak citra institusi, karena penggunaan diksi langsung seperti "diperiksa".

Respons Humas

Tidak adanya klarifikasi menunjukkan kegagalan dalam memisahkan citra institusi dari individu, sehingga framing negatif meluas.

Berita ini memberitakan pemeriksaan mantan Menteri Kominfo terkait dugaan keterlibatan dalam kasus judi online. Framing berita cukup tajam dan berpotensi mencoreng citra kelembagaan Kominfo. Diksi yang digunakan untuk judul, langsung memberikan framing tentang pemeriksaan terhadap mantan pejabat publik. Menggunakan kata 'diperiksa' membentuk opini publik adanya proses hukum. Tidak ada keterangan resmi atau klarifikasi dari Humas Kominfo dalam artikel ini. Hal ini menunjukkan kurangnya penerapan strategi komunikasi krisis yang baik. Seharusnya, Humas dapat memberikan pernyataan yang menjelaskan posisi institusi agar tidak turut terkena dampak dari permasalahan individu pejabat. Ketidakterlibatan Humas membuat citra lembaga terombang-ambing dalam spekulasi publik dan narasi media yang cenderung merugikan.



Gambar 4 Berita "Rencana Kemenkomdigi Batasi Usia Pengakses Medsos Dikaji"
(Sumber: Detik.com, 2026)

Berita 4: Pembatasan Usia Media Sosial (Detik.com)

Define Problems: Risiko penggunaan media sosial bagi anak/ Diagnose Causes: Minimnya regulasi usia pengguna. Make Moral Judgments: Pemerintah bertanggung jawab melindungi generasi muda. Suggest Remedies: Kebijakan pembatasan usia.

Analisis Framing

Framing netral cenderung positif, dengan keseimbangan antara kebijakan dan dampaknya.

Respons Humas

Humas aktif memberikan narasi, menunjukkan strategi komunikasi edukatif dan preventif.

Berita ini membahas rencana Kominfo untuk membatasi usia minimal penggunaan media sosial. Pihak Kemenkominfo memberikan pernyataan resmi dan menjelaskan urgensi kebijakan tersebut. Artikel ini memperlihatkan bagaimana strategi komunikasi publik dijalankan melalui pendekatan edukatif dan responsif terhadap isu yang berkembang. Framing media cenderung netral, dengan

keseimbangan informasi antara narasi kebijakan dan dampaknya.

Berita dikemas dengan fokus kepada pemerintah pembuat kebijakan. Hal ini sebagai respon intansi dari pembicaraan yang sedang ramai dibibir masyarakat. Berita ini juga menjadi strategi komunikasi instansi guna membuktikan kepada publik mengenai apa yang dikerjakan instansi. Berita ini juga dibantu publikasi oleh media berita detik.com sebagai perpanjangan tangan dan memperluas berita yang dibuat humas Kominfo. Peran humas dalam menyampaikan konteks dan urgensi kebijakan ini memberikan ruang bagi pemahaman publik yang lebih luas, serta memperlihatkan upaya pemerintah melindungi generasi muda dari dampak negatif media sosial.



Gambar 5 Berita "Sekjen Kementerian Kumpul di Setneg Bahas Efisiensi Anggaran"
(Sumber: CNNIndonesia.com, 2026)

Berita 5: Efisiensi Anggaran (CNNIndonesia.com)

Define Problems: Kebutuhan efisiensi anggaran pemerintah. Diagnose Causes: Kondisi fiskal dan kebijakan nasional. Make Moral Judgments: Efisiensi dianggap sebagai langkah positif. Suggest Remedies: Koordinasi antar kementerian.

Analisis Framing

Framing positif, menekankan transparansi dan akuntabilitas.

Respons Humas

Tidak adanya pernyataan resmi menunjukkan kurangnya optimalisasi momentum positif.

Artikel ini memberikan framing positif terhadap Setneg, dengan fokus pada efisiensi dan transparansi anggaran kementerian. Pemilihan diksi yang dilakukan CNNIndonesia.com cenderung mengarahkan opini publik kepada positif. Artikel dibuat dengan terstruktur dengan membuat kalimat pembukaan diparagraf awal yang menekankan pada kejadian.

Setelah itu memberikan kronologi kegiatan serta fakta pendukung. Bahkan, media berita memberikan diksi yang membuat pembaca jadi menunggu pada kalimat "CNNIndonesia.com telah berupaya menghubungi Mensesneg Prasetio Hadi dan Wamensesneg Juri Ardiantoro untuk mengonfirmasi kabar pertemuan dengan para sekjen kementerian/lembaga tersebut di Setneg kemarin. Namun yang bersangkutan belum merespons hingga kabar ini diturunkan". Hal ini terkesan berita menjadi kredibel karena berita tidak asal dipublikasikan. Namun, berita tidak mencantumkan pernyataan resmi dari Humas Setneg, padahal momen ini dapat dimanfaatkan untuk memperkuat

citra sebagai lembaga yang akuntabel. Ketidakhadiran suara resmi dari Humas menunjukkan belum optimalnya fungsi media relations dalam strategi pencitraan positif. Seharusnya, Humas aktif menjadikan momentum pemberitaan sebagai sarana memperkuat kredibilitas institusi dengan menyampaikan visi dan arah kebijakan yang jelas kepada publik.



Gambar 6 Berita "Melihat Aturan Posisi Seskab Teddy di Bawah Sesmilpres-Setneg"

(Sumber : CNNIndonesia.com, 2026)

Berita 6: Struktur Organisasi Setneg (CNNIndonesia.com)

Define Problems: Ketidakjelasan struktur organisasi. Diagnose Causes: Kompleksitas birokrasi. Make Moral Judgments: Potensi ambiguitas dalam tata Kelola. Suggest Remedies: Penjelasan regulasi.

Analisis Framing

Framing netral cenderung problematis, karena membuka ruang interpretasi publik.

Respons Humas

Absennya Humas menunjukkan kurangnya strategi komunikasi proaktif, sehingga media menjadi aktor utama dalam membentuk persepsi.

Berita ini menjelaskan struktur keorganisasian Setneg dan posisi strategis pejabat. Walaupun framing bersifat netral dan edukatif, absennya narasumber dari pihak Humas Setneg kembali memperlihatkan lemahnya inisiatif untuk menggunakan media sebagai alat pencitraan. Bahkan, berita yang muncul dan tidak memberikan umpan balik dapat memunculkan perdebatan publik mengenai struktur dan dianggap melanggar aturan. Padahal, penjelasan struktural dapat memperkuat pemahaman publik dan legitimasi institusi. Humas harus proaktif membangun narasi institusional yang kuat, agar pemberitaan tidak hanya sekadar informatif, tetapi juga memperkuat posisi strategis lembaga dalam sistem pemerintahan. Humas juga dapat mengarahkan opini publik kepada berita yang faktual.

Pembahasan

Framing Media terhadap Lembaga Pemerintah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online nasional memiliki kecenderungan yang cukup konsisten dalam membingkai (framing) lembaga pemerintah berdasarkan karakter isu yang diberitakan. Pada isu yang bersifat krisis, seperti korupsi atau proses hukum, media cenderung menggunakan framing negatif. Hal ini terlihat dari penekanan pada aspek pelanggaran, kerugian negara, serta keterlibatan aktor-aktor tertentu dalam kasus tersebut. Framing negatif ini tidak hanya muncul dari substansi berita, tetapi juga diperkuat melalui pilihan diksi yang bersifat tegas dan konotatif, seperti penggunaan kata “diperiksa”, “korupsi”, atau “tersangka”, yang secara langsung membentuk persepsi publik terhadap lembaga sebagai pihak yang bermasalah. Sebaliknya, pada isu yang berkaitan dengan kebijakan publik dan edukasi, media cenderung menggunakan framing yang lebih netral hingga positif. Dalam konteks ini, lembaga pemerintah diposisikan sebagai aktor yang berupaya memberikan solusi atau menjawab kebutuhan masyarakat. Framing semacam ini biasanya ditandai dengan penggunaan bahasa yang lebih informatif, penjelasan kebijakan secara rinci, serta adanya narasi yang menekankan manfaat kebijakan bagi publik. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa konstruksi framing media sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Pertama, pemilihan diksi menjadi elemen krusial dalam membentuk makna berita. Kata-kata tertentu dapat memperkuat kesan negatif atau positif terhadap lembaga tanpa harus mengubah fakta yang disampaikan.

Kedua, penonjolan aktor dan angka juga memainkan peran penting, terutama dalam isu krisis. Penyebutan nama individu, jabatan, serta angka kerugian yang besar cenderung menarik perhatian pembaca sekaligus memperkuat persepsi negatif terhadap institusi secara keseluruhan. Ketiga, kehadiran atau ketiadaan narasumber resmi, khususnya dari pihak Humas, sangat menentukan keseimbangan framing. Ketika narasumber resmi tidak hadir, media cenderung membangun narasi secara sepihak berdasarkan sumber lain, yang berpotensi memperkuat bias tertentu. Dengan demikian, framing media tidak bersifat netral, melainkan merupakan hasil konstruksi yang dipengaruhi oleh praktik jurnalistik, struktur berita, serta interksi antara media dan sumber informasi.

Peran Respons Humas dalam Membentuk Citra

Temuan penelitian ini juga menegaskan bahwa respons Humas memiliki peran yang sangat signifikan dalam menentukan arah framing media dan pembentukan citra lembaga pemerintah. Dalam kondisi di mana Humas berperan aktif, yaitu dengan memberikan klarifikasi, penjelasan, atau pernyataan resmi secara tepat waktu, framing media cenderung lebih seimbang bahkan mengarah pada citra positif. Hal ini terlihat pada kasus Kementerian Kesehatan dalam isu kolegium serta Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam kebijakan pembatasan usia media sosial. Dalam kedua kasus tersebut, kehadiran Humas sebagai narasumber memungkinkan media menyajikan informasi yang lebih komprehensif, sehingga publik tidak hanya menerima satu sudut pandang. Sebaliknya, ketika Humas bersikap pasif atau tidak memberikan respons terhadap isu yang berkembang, framing media cenderung menjadi negatif dan tidak terkendali.

Hal ini terjadi karena media akan mengandalkan sumber alternatif, seperti aparat penegak hukum atau pihak lain, yang mungkin lebih menekankan aspek problematik dibandingkan klarifikasi institusi. Akibatnya, citra lembaga menjadi rentan terhadap generalisasi negatif, di mana kesalahan individu dapat dianggap sebagai kegagalan institusi secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa ketidakefektifan Humas tidak hanya terlihat dalam situasi krisis, tetapi juga

dalam kegagalan memanfaatkan momentum positif. Pada kasus Kementerian Sekretariat Negara, misalnya, pemberitaan yang cenderung positif tidak dimaksimalkan melalui pernyataan resmi atau penguatan narasi institusional. Padahal, situasi tersebut dapat digunakan sebagai peluang strategis untuk memperkuat citra lembaga sebagai institusi yang transparan dan akuntabel. Ketidakhadiran Humas dalam konteks ini menunjukkan bahwa fungsi media relations belum dijalankan secara optimal.

Strategi Komunikasi Humas Pemerintah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi Humas pemerintah belum konsisten dan cenderung situasional. Untuk menghindari analisis yang bersifat normatif, temuan ini diinterpretasikan menggunakan teori Excellence dari (Grunig & Hunt, 1984) serta (Coombs, 1986) Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Dalam perspektif model komunikasi (Grunig & Hunt, 1984) (two-way symmetrical model), komunikasi yang ideal adalah komunikasi dialogis yang memungkinkan pertukaran informasi secara timbal balik antara institusi dan publik. Temuan pada Kementerian Kesehatan dalam isu kolegium menunjukkan adanya praktik komunikasi simetris, di mana Humas hadir sebagai sumber resmi dan memberikan klarifikasi langsung. Dalam kerangka teori, kondisi ini mencerminkan high-level public relations practice, karena organisasi tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga merespons kebutuhan informasi publik. Sebaliknya, pada kasus krisis seperti korupsi APD atau pemeriksaan pejabat, absennya Humas menunjukkan dominasi model public information atau bahkan press agency, di mana komunikasi tidak dikelola secara dialogis. Dalam konteks ini, media menjadi aktor utama dalam membentuk realitas, sementara institusi kehilangan kontrol atas narasi.

Secara teoretis, kondisi ini menunjukkan kegagalan institusi dalam mencapai komunikasi simetris, yang menurut Grunig berdampak langsung pada menurunnya kepercayaan publik. Untuk memperdalam analisis krisis, temuan ini juga dapat dijelaskan melalui Situational Crisis Communication Theory (SCCT) (Coombs; dikembangkan dalam studi terbaru seperti (Shahzad et al., 2024)). SCCT menekankan bahwa respons organisasi harus disesuaikan dengan atribusi tanggung jawab publik terhadap krisis. Pada kasus korupsi, tingkat atribusi tanggung jawab tinggi seharusnya digunakan strategi rebuild (apology, compensation). Pada kasus pemeriksaan individu pejabat dapat menggunakan strategi diminish (justification) atau deny (separation antara individu dan institusi) Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa Humas tidak menggunakan strategi komunikasi krisis tersebut secara eksplisit. Ketiadaan respons menyebabkan media membangun framing tunggal yang memperkuat atribusi negatif terhadap institusi. Dalam kerangka SCCT, kondisi ini meningkatkan reputational threat, karena tidak ada upaya koreksi narasi.

Framing Media dan Citra Institusi

Untuk menghindari generalisasi normatif, analisis framing dalam penelitian ini diinterpretasikan secara sistematis menggunakan (Entman, 1993). Empat elemen framing *define problem, diagnose causes, make moral judgments, suggest remedies* tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis teks, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan makna publik. Media secara konsisten mendefinisikan isu krisis sebagai masalah institusional, meskipun secara faktual melibatkan individu. Misalnya, dalam berita korupsi atau pemeriksaan pejabat, penggunaan label institusi dalam judul menggeser persepsi dari individual wrongdoing institutional failure.

Media cenderung mengaitkan penyebab masalah dengan kelemahan sistem atau pengawasan

internal, bukan hanya tindakan individu. Hal ini memperluas dampak framing terhadap citra lembaga secara keseluruhan. Pilihan diksi seperti “korupsi”, “diperiksa”, atau “pelanggaran” mengandung muatan evaluatif yang memperkuat penilaian moral negatif. Dalam perspektif framing, ini menunjukkan bahwa media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk evaluasi normatif publik.

Suggest Remedies (Rekomendasi Solusi)

Pada berita krisis, solusi yang ditampilkan terbatas pada proses hukum (penindakan), tanpa memberikan ruang bagi narasi perbaikan institusional. Sebaliknya, pada berita kebijakan, solusi lebih bersifat konstruktif melalui edukasi dan regulasi. Interpretasi ini menunjukkan bahwa framing media berfungsi sebagai struktur kognitif yang mengarahkan bagaimana publik memahami dan mengevaluasi lembaga pemerintah. Ketika Humas tidak hadir dalam proses ini, maka seluruh elemen framing dikendalikan oleh media.

Framing media menjadi penentu utama dalam pembentukan persepsi publik terhadap lembaga pemerintah. Teori framing menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk membentuk realitas sosial dengan menonjolkan aspek tertentu dari suatu peristiwa sambil mengabaikan aspek lainnya. Dalam konteks pemberitaan lembaga pemerintah, media dapat memilih untuk menekankan keberhasilan, kegagalan, konflik, atau solusi dari suatu isu yang berkaitan dengan institusi negara. Oleh karena itu, framing media tidak bersifat netral, tetapi merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh agenda redaksi, kepentingan politik, hingga dinamika industri media itu sendiri (Manurung & Pohan, 2024). Berita-berita bernuansa negatif menuntut respons cepat dari Humas untuk mengurangi kerusakan citra.

Pemberitaan mengenai dugaan korupsi, kesalahan prosedur, atau krisis institusional sering kali dibingkai dengan sudut pandang yang memperbesar sisi kontroversial dan mengabaikan konteks penjas dari pihak pemerintah. Ketidakhadiran klarifikasi dari humas dalam berita-berita tersebut mengakibatkan pembentukan opini publik yang bias, merugikan citra institusi, dan menciptakan ruang bagi berkembangnya distrust masyarakat. Dalam kondisi ini, strategi komunikasi krisis sangat dibutuhkan agar lembaga dapat mengendalikan narasi dan menjaga kredibilitas institusinya. Sebaliknya, berita positif atau netral menjadi peluang emas untuk memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik.

Framing yang menonjolkan transparansi, efisiensi, inovasi, atau keterbukaan dalam pemberitaan lembaga pemerintah dapat memperkuat reputasi institusi di mata publik. Sayangnya, berdasarkan temuan penelitian ini, banyak institusi tidak memanfaatkan peluang ini secara optimal. Humas pemerintah cenderung pasif dalam memanfaatkan momen positif di media dan gagal menjadikannya sebagai bagian dari strategi pencitraan yang terstruktur dan berkelanjutan. Lebih lanjut, media framing juga berkaitan erat dengan penggunaan diksi, judul berita, kutipan narasumber, dan ilustrasi visual yang dapat mempengaruhi emosi dan penilaian pembaca. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa media menggunakan pilihan kata yang bersifat evaluatif dan kadang-kadang spekulatif, terutama dalam berita-berita berbau kontroversi. Ketidakterlibatan humas dalam menyediakan narasi tandingan menjadikan framing negatif tersebut sebagai satu-satunya sumber informasi publik.

Hal ini sejalan dengan temuan (Saragih, 2025) bahwa Humas pemerintah sering gagal menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik media daring. Visual seperti fotografi memiliki peran yang fundamental dalam pembentukan persepsi publik. Foto sebagai bagian dari pemingkai visual cenderung untuk menekankan narasi menjadi lebih kuat. Komposisi ilustrasi

visual atau foto yang ditampilkan harus menggambarkan narasi secara keseluruhan (Nurdyansa, 2024) Maka, pemilihan visual dalam pemberitaan yang ditampilkan bukan hanya sekedar estetika tetapi juga berfungsi sebagai framing dalam sebuah citra. Humas pemerintah sering sekali menyepelekan hal tersebut. Padahal, yang dianggap sepele menjadi peran penting dalam strategi komunikasi dan pembentukan citra.

Disinilah peran humas sebagai pengatur framing visual dan mengarahkan citra pemerintah. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang framing media menjadi hal yang krusial bagi Humas dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Humas tidak cukup hanya menyebarkan informasi, tetapi juga harus mampu mengantisipasi bagaimana media akan membingkai pesan tersebut. Pendekatan komunikasi strategis berbasis framing memungkinkan institusi pemerintah membentuk citra yang lebih terkontrol, adaptif terhadap dinamika pemberitaan, dan selaras dengan ekspektasi publik di era digital yang hiper-kompetitif.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan melalui pendekatan integratif antara analisis strategi komunikasi Humas pemerintah dan analisis framing media dalam pemberitaan online, yang selama ini sering dikaji secara terpisah. Penelitian ini tidak hanya menyoroti bagaimana humas membentuk narasi institusional, tetapi juga mengkaji secara kritis bagaimana media daring membingkai informasi tersebut dalam konteks opini publik digital. Selain itu, penelitian ini menggunakan kombinasi data primer berupa analisis isi terhadap enam artikel media nasional terkemuka (Kompas.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com) dan data sekunder dari dokumen kehumasan lembaga pemerintah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengungkap ketimpangan antara pesan strategis yang dibangun oleh Humas dan framing media yang diterima oleh publik, yang belum banyak dikaji dalam konteks Indonesia. Kebaruan lainnya terletak pada fokus terhadap peran pasif humas pemerintah dalam merespons momentum pemberitaan positif, yang justru dapat dimanfaatkan sebagai strategi penguatan citra institusi. Selama ini, sebagian besar penelitian berfokus pada strategi krisis, sementara penelitian ini juga menyoroti pentingnya pengelolaan momentum media sebagai bagian dari strategi komunikasi jangka panjang. Terakhir, penelitian ini juga memberi kontribusi teoretis dengan menerapkan model framing Entman dalam konteks praktik kehumasan sektor publik, serta memberi kontribusi praktis bagi lembaga pemerintahan dalam merumuskan strategi komunikasi yang adaptif terhadap logika media digital.

4 | SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan bahwa pencitraan lembaga pemerintah di media online nasional terbentuk melalui interaksi dinamis antara strategi komunikasi kehumasan dan konstruksi pemberitaan media. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun humas pemerintah berupaya membangun persepsi positif melalui komunikasi yang terencana, literasi media digital, dan kemitraan strategis dengan jurnalis, citra akhir lembaga tetap dipengaruhi oleh independensi redaksi dan pola framing media. Dengan demikian, keberhasilan pencitraan tidak hanya bergantung pada pesan institusional yang disampaikan, tetapi juga pada kemampuan humas dalam memahami konteks media, mengelola isu, serta membangun kredibilitas secara berkelanjutan di ruang publik. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep komunikasi simetris dua arah dalam Public Relations sebagai pendekatan yang relevan untuk membangun kepercayaan publik dan legitimasi lembaga pemerintah di era keterbukaan informasi. Penelitian ini juga memberikan kontribusi pada pengembangan kajian kehumasan pemerintah dengan menekankan pentingnya kolaborasi strategis antara humas dan media dalam membentuk opinion climate. Ke depan, kajian lebih lanjut dapat diarahkan pada integrasi analisis media digital berbasis *big data*, pendekatan komunikasi berbasis

partisipasi publik, serta pengaruh algoritma media sosial terhadap konstruksi citra institusional.

REFERENSI

- Abma, T., Banks, S., Cook, T., Dias, S., Madsen, W., Springett, J., & Wright, M. T. (2019). *Framing: The Search for a Lens of Understanding BT - Participatory Research for Health and Social Well-Being* (T. Abma, S. Banks, T. Cook, S. Dias, W. Madsen, J. Springett, & M. T. Wright (eds.); pp. 23–42). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93191-3_2
- Alawi, K., Anggrayni, D., & Choiri Siregar, N. (2025). Model komunikasi dua arah terhadap peningkatan daya saing pondok pesantren. *Journal of Management in Islamic Education*, 6(4), 358–371. <https://doi.org/10.32832/itjmie.v6i4.21224>
- Alfando, J., Sucipta, W., & Kurniawan, R. C. (2021). *ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN MEDIA ONLINE DETIK . COM DAN KOMPAS . COM MENGENAI KEBIJAKAN KALTIM SILENT*. 13(1).
- Borah, P. (2011). Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature. *Journal of Communication*, 61(2), 246–263. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x>
- Bourne, C. (2022). *Introduction: Public Relations in the Digital Age BT - Public Relations and the Digital: Professional Discourse and Change* (C. Bourne (ed.); pp. 1–26). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-13956-7_1
- Citra, M., Pangestuti, S., & Santoso, H. (2025). *Media Monitoring Menggunakan Tools Media Monitoring Using Brand24 Tools in Improving PT . Metra-Net ' s Image*. 5(2), 1163–1173.
- Coombs, W. T. N. V.-2. (n.d.). *The SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation*.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Ezquerro, L., Coimbra, R., Bauluz, B., Núñez-Lahuerta, C., Román-Berdiel, T., & Moreno-Azanza, M. (2024). Large dinosaur egg accumulations and their significance for understanding nesting behaviour. *Geoscience Frontiers*, 15(5). <https://doi.org/10.1016/j.gsf.2024.101872>
- Framing, M., & News, O. (2024). *SEMIOTIKA FOTOGRAFI BERITA BENCANA ALAM : ANALISIS NARASI VISUAL DI PORTAL BERITA INDONESIA DAN*. 1, 34–42.
- Grunig, J., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*.
- Haryono, E. (2023). Petunjuk Penulisan Artikel Jurnal Online , An-Nuur Institut Agama Islam (IAI). *E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies*, 4.
- Hatta, Ramansyah, & Mursalim. (2025). Analisis Framing Pemberitaan Detik . com , Program Makan Bergizi Gratis. *JAMBURA: Ilmu Komunikasi*, 3(1). <https://doi.org/10.37905/Analisis>
- Imran. (2015). Penelitian Komunikasi... Penelitian Komunikasi Pendekatan Kualitatif Berbasis Teks. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19, 129–139.
- Kurniawan, S. F., Sujoko, A., & Wulandari, M. P. (2024). Relasi Media dan Politik (Analisis Framing pada Media yang Berafiliasi Politik Terhadap Calon Presiden dan Wakil Presiden Dalam Pemilu 2024). *Jmpis : Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5 (6)(6), 2796–2805.
- Kurniawan, R., Setyaningsih, L. A., & Sofyan, I. (2022). Islamic Boarding School Journalism As a Way of Strengthening Literacy Culture. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 41-54.
- Manurung, A. S., & Pohan, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sumatera Utara Yang Berdampak

- Pada Word Of Mouth. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 7(1), 129. <https://doi.org/10.22373/jp.v7i1.20603>
- Santoso, B., Pratiwi, T., Damayanti, E., & Manurung, A. S. (2025). Representasi Kehidupan Ideal dan Tekanan Sosial di Instagram: terhadap Strategi Pencitraan Diri Dikalangan Anak Muda. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 02(12), 787–796. <https://doi.org/10.5281.zenodo.15614949>
- Saragih, Y. (2025). *The Transformation of the Colonial Press System into the Modern Era* : 21(02), 13–19. <https://doi.org/10.32734/komunika.v21i02.2162>
- Savitri, I., Trihapsari, C. M., & Cahyati, M. E. (2022). The Role of Cyber Public Relations In Health Campaign In Pandemic Times. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 56–62. <https://doi.org/10.21070/kanal.v10i2.1667>
- Shahzad, M. F., Xu, S., Lim, W. M., Yang, X., & Khan, Q. R. (2024). Artificial intelligence and social media on academic performance and mental well-being: Student perceptions of positive impact in the age of smart learning. *Heliyon*, 10(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29523>
- Widayati, S., Fahmi, M. H., Setyaningsih, L. A., & Wibowo, A. P. (2021). Digital Community Development: Media Pelestarian Kearifan Lokal Wisata Jurang Toleh Kabupaten Malang. *Jurnal Nomosleca*, 7(1), 29-44.
- Zhang, W., Xu, M., Feng, Y., Mao, Z., & Yan, Z. (2024). The Effect of Procrastination on Physical Exercise among College Students—The Chain Effect of Exercise Commitment and Action Control. *International Journal of Mental Health Promotion*, 26(8), 611–622. <https://doi.org/10.32604/ijmhp.2024.052730>