

**STRATEGI KOMUNIKASI BIRO INFORMASI PERTAHANAN KEMENTERIAN
PERTAHANAN DALAM MEMPERKENALKAN LORONG SEJARAH
SEBAGAI WISATA EDUKASI PERTAHANAN**

Narendra Prema Dwi Ekananda¹, Flora Meliana Siahaan²

^{1,2} Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika

¹ narendra12.putih@gmail.com

ABSTRACT

The increasing mobility of domestic tourism and the rapid growth of digital penetration in Indonesia have encouraged the Ministry of Defense to launch the Lorong Sejarah (History Corridor) program as a defense education tourism initiative. Consequently, an appropriate public communication strategy is required to ensure that historical messages and national values are effectively conveyed to the broader community. This study employs Lasswell's communication model and Cangara's communication strategy framework, which consists of the stages of research, planning, implementation, evaluation, and reporting, as its theoretical foundation, supported by public relations concepts to examine the role of the Defense Information Bureau. A descriptive qualitative approach was adopted, with data collected through in depth interviews, observation, and documentation involving five informants. The data were processed through data verification, categorization, simplification, and narrative organization, and subsequently analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The trustworthiness of the findings was ensured through source and technique triangulation. The results indicate that the research and planning stages were conducted adequately with clear audience segmentation, while the implementation stage integrated face to face and digital communication channels in a complementary manner. However, the evaluation and reporting stages remained anecdotal and lacked systematic measurement. All five elements of Lasswell's communication model were identified, generating cognitive, affective, and conative effects among visitors. Nevertheless, several challenges persist, including limited resources, the absence of formal written policy guidelines, and the need to improve message relevance for younger generations. This study concludes that the communication strategy implemented by the Defense Information Bureau has been effective at the micro level but requires stronger institutional support at the macro level.

Keywords: *communication strategy, defense public communication, educational tourism*

ABSTRAK

Peningkatan mobilitas wisata domestik dan penetrasi digital di Indonesia mendorong Kementerian Pertahanan meluncurkan program Lorong Sejarah

sebagai wisata edukasi pertahanan, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi publik yang tepat agar pesan sejarah dan nilai kebangsaan diterima masyarakat secara luas. Penelitian ini menggunakan model komunikasi Lasswell dan tahapan strategi komunikasi Cangara, yang meliputi penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan, sebagai landasan teori, didukung konsep hubungan masyarakat untuk membaca peran Biro Informasi Pertahanan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap lima informan. Data diolah melalui pemeriksaan, pengelompokan, penyederhanaan, dan penyusunan narasi, lalu dianalisis dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan tahap penelitian dan perencanaan berjalan cukup matang dengan segmentasi khalayak yang jelas, pelaksanaan berlangsung melalui jalur tatap muka dan digital yang saling melengkapi, sementara evaluasi dan pelaporan masih anekdotal dan belum terukur sistematis. Kelima unsur Lasswell teridentifikasi utuh dengan efek kognitif, afektif, dan konatif pada pengunjung, meski masih terkendala keterbatasan sumber daya, dasar kebijakan yang bersifat lisan, dan relevansi pesan bagi generasi muda. Penelitian ini menyimpulkan strategi komunikasi Biro Informasi Pertahanan sudah efektif pada level mikro, namun memerlukan penguatan institusional pada level makro.

Kata Kunci: strategi komunikasi, komunikasi publik pertahanan, wisata edukasi

A. Pendahuluan

Meningkatnya mobilitas wisata domestik dan penggunaan media digital di Indonesia menunjukkan bahwa edukasi publik saat ini membutuhkan strategi komunikasi yang mampu menggabungkan pengalaman langsung dengan kanal digital. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa perjalanan wisatawan nusantara pada Desember 2025 mencapai 105,98 juta perjalanan, naik 4,84% secara tahunan. Selain itu, publikasi Statistik Wisatawan Nusantara 2025 menggunakan Mobile

Positioning Data dan Survei Digital Wisatawan Nusantara, yang menunjukkan bahwa perilaku wisata masyarakat kini semakin mudah dipahami melalui data digital (Badan Pusat Statistik [BPS], 2026a, 2026b). Pada periode yang sama, APJII melaporkan bahwa pengguna internet Indonesia tahun 2026 mencapai 235.261.078 jiwa dengan penetrasi 81,72%. DataReportal juga mencatat bahwa pada akhir 2025 Indonesia memiliki 230 juta pengguna internet dan 180 juta identitas pengguna media sosial aktif (APJII, 2026;

DataReportal, 2026). Situasi ini menjadi dasar penting bagi lembaga pemerintah, termasuk Kementerian Pertahanan, untuk memperkenalkan program edukasi publik yang berkaitan dengan sejarah dan nilai kebangsaan.(APJII, 2026; BPS, 2026a, 2026b; DATAREPORTAL, 2025)

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi publik pemerintah tidak dapat lagi hanya berjalan satu arah. Pemerintah perlu membangun komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan mampu mendorong partisipasi masyarakat. Jamalullail, Safira, dan Hamdi (2023) menjelaskan bahwa media sosial pemerintah umumnya digunakan untuk sosialisasi, peningkatan awareness, dan interaksi, meskipun pengaruhnya lebih sering terlihat pada partisipasi publik dibandingkan pemahaman yang lebih mendalam. Sakti dan Nainggolan (2023) juga menyatakan bahwa media sosial sebagai sumber informasi publik memiliki hubungan yang kompleks dengan persepsi masyarakat terhadap pemerintah. Ruang digital memang mempercepat penyebaran informasi, tetapi juga membawa risiko hoaks, disinformasi, dan bias

algoritmik. Karena itu, komunikasi publik pemerintah perlu disusun secara strategis dengan memperhatikan pesan, media, karakter audiens, dan cara mengevaluasi hasil komunikasinya.(Jamalullail et al., 2023; Rangga Eka Sakti & Bestian Nainggolan, 2023)

Kebutuhan komunikasi tersebut tampak pada program Lorong Sejarah Kementerian Pertahanan yang diperkenalkan sebagai bentuk wisata edukasi pertahanan. Kemhan RI meluncurkan Lorong Sejarah untuk masyarakat pada 25 Januari 2025 melalui kegiatan press tour. Program ini memperkenalkan sejarah perjuangan bangsa dari masa kemerdekaan hingga era modern, dengan rute yang mencakup Patung Ir. Soekarno Menunggang Kuda, Tugu Api Semangat Indonesia Merdeka Tidak Pernah Padam, Gedung Jenderal Soedirman, Ruang Hening, dan Aula Bhinneka Tunggal Ika (Kemhan RI, 2025a). Setelah itu, Lorong Sejarah kembali dibuka untuk umum sebagai sarana edukasi yang diharapkan dapat menanamkan nilai perjuangan, nasionalisme, dan kesadaran menjaga persatuan, terutama bagi generasi muda

(Kemhan RI, 2025b). Dengan demikian, Lorong Sejarah dapat dilihat sebagai media komunikasi publik yang menghadirkan pengalaman langsung untuk mengaitkan isu pertahanan dengan ingatan kolektif bangsa.(KEMHAN RI, 2025a, 2025b)

Sidik dan Syarief (2025) menemukan bahwa edukasi isu pertahanan melalui media sosial Kemhan masih menghadapi beberapa tantangan, seperti rendahnya minat masyarakat terhadap konten edukatif, maraknya disinformasi, serta kebutuhan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi aktif audiens. Tantangan serupa juga dapat muncul dalam komunikasi Lorong Sejarah. Beberapa di antaranya adalah terbatasnya kuota kunjungan, ketergantungan pada informasi pendaftaran melalui media sosial, perbedaan literasi sejarah dan pertahanan antarusia, serta kemungkinan pesan yang terlalu institusional sehingga kurang dekat dengan pengalaman masyarakat. Jika tidak dikelola dengan baik, Lorong Sejarah dapat hanya dipahami sebagai agenda kunjungan sesaat, bukan sebagai program edukasi pertahanan yang berkelanjutan dan

berdampak pada pemahaman publik.(Sidik & Syarief, 2025)

Untuk mengatasi tantangan tersebut, pemilihan media dan saluran komunikasi menjadi hal yang penting. Lorong Sejarah membutuhkan perpaduan antara komunikasi tatap muka, media resmi, media sosial, hubungan media, dan kemitraan kelembagaan. Ramadanty dan Nathanael (2025) menunjukkan bahwa Kemhan menggunakan website sebagai sumber informasi resmi yang akurat, sementara media sosial dimanfaatkan untuk menyebarkan konten secara lebih luas dan interaktif. Kemhan juga menegaskan pentingnya pengelolaan media sosial resmi sebagai rujukan utama komunikasi publik pertahanan yang selaras, profesional, dan bertanggung jawab (Kemhan RI, 2026a). Selain itu, kerja sama Biro Informasi Pertahanan dengan TVRI pada 2026 menunjukkan adanya upaya untuk memperkuat penyebaran informasi pertahanan yang lebih edukatif, humanis, dan mudah dipahami masyarakat (Kemhan RI, 2026b). Dengan begitu, media dalam strategi komunikasi Lorong Sejarah tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai bagian

dari ekosistem pesan yang membentuk persepsi, kedekatan emosional, dan partisipasi publik.(KEMHAN RI, 2025a, 2025b; Mutiara Ramadanty & Krisnando Nathanael, 2025)

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting karena komunikasi publik pertahanan perlu dikembangkan secara edukatif, partisipatif, dan terukur di tengah meningkatnya mobilitas wisata serta dominasi media digital. Secara akademik, penelitian ini dapat memperkaya kajian komunikasi publik pemerintah dengan memasukkan konteks pertahanan dan wisata edukasi sebagai objek yang lebih spesifik. Penelitian ini juga dapat menghubungkan perspektif komunikasi strategis, komunikasi pariwisata, literasi pertahanan, dan studi pengalaman pengunjung. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Biro Informasi Pertahanan dalam merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menentukan segmentasi khalayak, mengelola hambatan, dan mengevaluasi efektivitas komunikasi Lorong Sejarah. Oleh karena itu, penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Biro Informasi

Pertahanan Kementerian Pertahanan dalam Memperkenalkan Lorong Sejarah sebagai Wisata Edukasi Pertahanan” penting dilakukan agar Lorong Sejarah tidak hanya menjadi destinasi kunjungan, tetapi juga sarana pembelajaran publik yang memperkuat pemahaman sejarah, nasionalisme, dan kesadaran pertahanan masyarakat.

B. Metode Penelitian (Huruf 12 dan Ditebalkan)

Desain penelitian adalah kerangka yang menjadi acuan peneliti dalam menjalankan penelitian. Kerangka ini membantu proses pengumpulan, pengolahan, hingga analisis data agar berjalan lebih terarah. Dalam penelitian ini, desain yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai “Strategi Komunikasi Biro Informasi Pertahanan Kementerian Pertahanan Dalam Memperkenalkan Lorong Sejarah Sebagai Wisata Edukasi Pertahanan”.

Sejalan dengan tujuan tersebut, pendekatan kualitatif digunakan untuk melihat fenomena secara lebih utuh berdasarkan data dari narasumber,

dokumen, dan hasil observasi di lapangan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menelusuri bagaimana komunikasi publik dijalankan, media yang dimanfaatkan, khalayak yang menjadi sasaran, serta kendala yang muncul dalam proses pengenalan Lorong Sejarah kepada masyarakat.

Untuk memperjelas arah kajian, metode deskriptif digunakan agar strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh Biro Informasi Pertahanan dapat dijelaskan secara rinci. Penelitian ini dilakukan di Kementerian Pertahanan Republik Indonesia, tepatnya pada Biro Informasi Pertahanan Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan dan area Lorong Sejarah Kementerian Pertahanan. Kementerian Pertahanan Republik Indonesia berlokasi di Jl. Medan Merdeka Barat No. 13–14, Jakarta Pusat, 10110. Lokasi ini dipilih karena memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian, yaitu “Strategi Komunikasi Biro Informasi Pertahanan Dalam Mengenalkan Lorong Sejarah Sebagai Wisata Edukasi Pertahanan”.

Unit analisis dalam penelitian ini berfokus pada “Strategi Komunikasi Biro Informasi Pertahanan Kementerian Pertahanan Republik

Indonesia Dalam Memperkenalkan Lorong Sejarah Sebagai Wisata Edukasi Pertahanan”. Fokus ini tidak melihat Lorong Sejarah sekadar sebagai tempat kunjungan atau ruang belajar, tetapi juga sebagai program yang perlu dikenalkan kepada masyarakat melalui proses komunikasi yang terarah. Dalam hal ini, penelitian mencermati cara Biro Informasi Pertahanan merancang pesan, memilih media, menentukan sasaran komunikasi, menjalankan publikasi, menghadapi hambatan, serta menilai dampak setelah informasi tentang Lorong Sejarah disampaikan kepada publik.

Berdasarkan fokus tersebut, unit analisis ini berhubungan langsung dengan konsep strategi komunikasi. Komunikasi dipahami sebagai proses yang disusun dengan tujuan tertentu, bukan sekadar kegiatan menyebarkan informasi. Dalam penelitian ini, strategi komunikasi publik dilihat sebagai rangkaian langkah yang dirancang agar pesan tentang Lorong Sejarah dapat diterima, dipahami, dan menarik perhatian masyarakat. Karena itu, analisis diarahkan pada cara Biro Informasi Pertahanan menetapkan tujuan komunikasi, menyusun isi pesan, memilih media,

serta menyesuaikan bentuk penyampaian dengan karakter khalayak yang dituju.

Kriteria informan dalam penelitian ini meliputi :

1. Pihak yang memiliki hubungan dengan Biro Informasi Pertahanan Kementerian Pertahanan,
2. Mengetahui atau terlibat dalam kegiatan komunikasi publik terkait Lorong Sejarah,
3. Memiliki pengalaman atau pemahaman mengenai pengelolaan informasi, publikasi,
4. Maupun promosi Lorong Sejarah, serta bersedia memberikan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan (Huruf 12 dan Ditebalkan)

Program ini tidak hanya menjadi tempat kunjungan bagi masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi publik untuk memperkenalkan sejarah perjuangan bangsa, perkembangan pertahanan negara, serta peran Kementerian Pertahanan dalam menjaga kedaulatan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber internal Kementerian Pertahanan, Lorong Sejarah dibentuk sebagai media edukasi dan literasi pertahanan bagi

masyarakat umum. Kehadiran program ini bertujuan untuk membuka akses publik terhadap lingkungan Kementerian Pertahanan yang selama ini mungkin dipandang sebagai institusi yang tertutup dan formal. Melalui Lorong Sejarah, masyarakat dapat mengenal Kementerian Pertahanan secara lebih dekat, bukan hanya sebagai lembaga yang menangani urusan pertahanan, tetapi juga sebagai institusi yang berperan dalam memberikan edukasi mengenai sejarah, nasionalisme, cinta tanah air, dan kesadaran bela negara.

Dalam pelaksanaannya, Lorong Sejarah menampilkan berbagai informasi sejarah yang dikemas melalui foto, poster, narasi, serta dokumentasi visual. Materi yang disajikan tidak dibuat secara asal, melainkan melalui proses kurasi agar informasi yang diberikan tetap akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyusunan konten sejarah ini juga dilakukan melalui kerja sama dengan Pusat Sejarah TNI, sehingga pesan yang disampaikan kepada pengunjung memiliki dasar sejarah yang kuat.

Lorong Sejarah disusun dengan alur yang kronologis agar pengunjung dapat memahami perjalanan sejarah pertahanan Indonesia secara runtut. Informasi yang ditampilkan mencakup berbagai peristiwa penting sebelum dan sesudah kemerdekaan, perkembangan pertahanan negara, tokoh tokoh yang berperan dalam bidang pertahanan, hingga dokumentasi para Menteri Pertahanan dari masa ke masa. Melalui penyajian tersebut, pengunjung tidak hanya

melihat dokumentasi sejarah, tetapi juga memperoleh pengalaman belajar yang lebih menarik, dekat, dan mudah dipahami.

Program ini mulai diperkenalkan secara lebih luas kepada publik melalui kegiatan grand launching pada Januari 2025. Kegiatan tersebut menjadi langkah awal Kementerian Pertahanan dalam memperkenalkan Lorong Sejarah kepada masyarakat dan media massa. Dalam pelaksanaannya, berbagai media seperti televisi, media cetak, dan media online turut dilibatkan agar informasi mengenai Lorong Sejarah dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Selain itu, Biro Informasi Pertahanan juga menyiapkan berbagai materi promosi, seperti flyer dan konten visual, untuk dipublikasikan melalui media sosial setelah melalui proses persetujuan internal.

Setelah resmi diluncurkan, upaya pengenalan Lorong Sejarah terus dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Threads dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi secara digital. Selain itu, website resmi Kementerian Pertahanan juga digunakan sebagai sumber informasi bagi masyarakat yang ingin mengetahui jadwal, mekanisme kunjungan, serta informasi umum mengenai program tersebut. Di sisi lain, komunikasi secara langsung tetap memiliki peran penting, terutama melalui pemandu yang menjelaskan isi Lorong Sejarah kepada para pengunjung.



Gambar IV. 4 Website
Kementerian Pertahanan

Website resmi Kementerian Pertahanan Republik Indonesia menjadi salah satu sarana komunikasi publik yang berperan penting dalam menyampaikan informasi resmi kepada masyarakat. Melalui website ini, Kemhan membagikan berbagai informasi, mulai dari berita kegiatan, kebijakan di bidang pertahanan, layanan aplikasi, laporan keuangan dan anggaran, hingga dokumentasi berupa foto dan video. Keberadaan website resmi tersebut memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi yang akurat, terbuka, dan mudah diakses. Dalam penelitian ini, website Kemhan juga dapat dipahami sebagai media yang membantu Biro Informasi Pertahanan dalam mengenalkan berbagai program edukatif kepada publik, termasuk Lorong Sejarah sebagai wisata edukasi pertahanan.



Gambar IV. 5 Akun Instagram resmi Kementerian Pertahanan (@KemhanRI)
(Sumber: Instagram/kemhanri)

Akun Instagram resmi Kementerian Pertahanan Republik Indonesia dapat ditemukan melalui nama pengguna @kemhanri. Akun ini menjadi salah satu sarana Kemhan untuk berbagi informasi dan menjalin komunikasi dengan masyarakat. Di dalamnya, masyarakat dapat menemukan berbagai unggahan seputar kegiatan kementerian, kebijakan pertahanan, edukasi bela negara, hingga dokumentasi agenda resmi Kemhan. Melalui Instagram, informasi mengenai program dan aktivitas Kemhan dapat disampaikan dengan lebih cepat, menarik, mudah dijangkau oleh masyarakat dan telah memiliki jumlah pengikut lebih dari 818 ribu pengikut dengan lebih dari 7.644 unggahan.

Instagram Lorong Sejarah juga mempromosikan Lorong Sejarah melalui poster yang dimana itu menjelaskan mulai dari jadwal kunjungan dan cara pendaftaran untuk mengikuti kegiatan Lorong Sejarah. Hal ini dapat membantu

banyak Masyarakat agar mengetahui bahwa Lorong Sejarah di buka hari apa dan kapan.



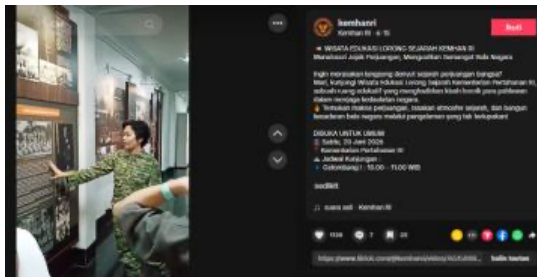
(Sumber: Instagram/KemhanRI)
Gambar IV. 6 Unggahan Poster WISATA EDUKASI LORONG SEJARAH pada akun Instagram (@KemhanRI)



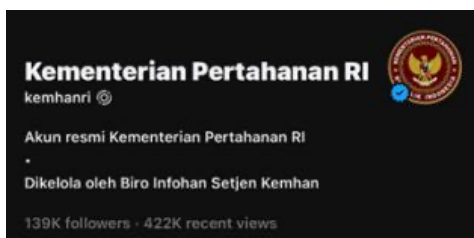
(Sumber: Tiktok/kemhanri)
Gambar IV. 7 Akun Tiktok Resmi Kementerian Pertahanan RI (@kemhanri)

Akun TikTok resmi Kementerian Pertahanan Republik Indonesia, yaitu @kemhanri, digunakan sebagai media komunikasi publik untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat melalui video pendek. Melalui akun ini, Kemhan RI menyampaikan berbagai konten terkait kebijakan pertahanan, kegiatan kementerian, edukasi bela negara,

dokumentasi acara, serta publikasi program strategis secara kreatif, menarik, dan mudah dipahami. Pemanfaatan TikTok juga membantu Biro Informasi Pertahanan menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda, sekaligus memperkenalkan program Kemhan seperti Lorong Sejarah sebagai wahana wisata edukasi pertahanan.



(Sumber: Tiktok/Kemhanri)
Gambar IV. 8 Postingan Tiktok kemhanri mempromosikan Lorong Sejarah di Tiktok resmi (@kemhanri)



(Sumber: Threads/kemhanri)
Gambar IV. 9 Akun Threads Resmi Kementerian pertahanan RI (@kemhanri)

Saat ini, media sosial menjadi alat yang sangat penting dalam komunikasi publik bagi lembaga pemerintah, termasuk Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. Salah satu platform yang mulai banyak digunakan adalah Threads. Platform ini terintegrasi dengan media sosial lainnya dan memungkinkan penyampaian pesan dengan cepat

dan interaktif kepada masyarakat. Biro Informasi Pertahanan Kementerian Pertahanan Republik Indonesia memiliki peran besar dalam mengelola pesan pesan komunikasi publik yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendidik dan mempengaruhi.

Salah satu program yang menjadi fokus komunikasi publik adalah pengenalan “Lorong Sejarah” sebagai wisata edukasi pertahanan. Lorong Sejarah adalah sarana yang dirancang untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang perjalanan sejarah pertahanan negara, nilai nilai patriotisme, dan dinamika strategis yang membentuk sistem pertahanan Indonesia saat ini. Melalui media sosial Threads, Biro Informasi Pertahanan dapat mengemas informasi tersebut dalam bentuk cerita singkat, gambar, dan narasi yang lebih dekat dengan karakter audiens digital, khususnya generasi muda.

Strategi komunikasi publik yang dijalankan tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga membangun keterlibatan masyarakat. Pemanfaatan Threads memungkinkan Kementerian Pertahanan Republik Indonesia untuk menciptakan ruang dialog, memperkuat citra institusi yang transparan, serta meningkatkan aksesibilitas informasi pertahanan. Dengan pendekatan komunikasi yang lebih humanis dan edukatif, Lorong Sejarah dapat diposisikan bukan sekadar sebagai ruang fisik, tetapi juga sebagai pengalaman pembelajaran sejarah pertahanan

yang dapat dijangkau melalui cerita digital.



Gambar IV. 11 Wawancara dengan Muhammad Daud, S.E. M.M selaku Kasubbag Perpustakaan dan Lorong Sejarah Biro Informasi Pertahanan (Infohan) Setjen Kemhan (Sumber: Dokumen Pribadi Penliti, 2026)

Berdasarkan wawancara mendalam dengan sumber internal Kementerian Pertahanan dan seorang pengunjung, pengenalan Lorong Sejarah sebagai wisata edukasi pertahanan bisa dibagi menjadi empat tahap utama yang berjalan satu demi satu dan saling melengkapi. Empat tahap ini meliputi permulaan dan dasar pembuatan program, penyusunan materi serta pemilihan isi sejarah, peluncuran besar besaran beserta pengumuman pertama, serta strategi komunikasi yang terus berlangsung dan mencakup berbagai kelompok masyarakat.

1. Tahap Inisiasi dan Landasan Pembentukan Program

Program Lorong Sejarah tidak muncul dari proses birokrasi yang biasa dan mengikuti aturan yang sama setiap hari. Ada motivasi yang lebih kuat di balik pembentukannya.

Muhammad Daud, yang bertugas sebagai Kepala Subbagian (Kasubbag) Perpustakaan dan Lorong Sejarah di Biro Informasi Pertahanan (Infohan) Setjen Kemhan, menyatakan bahwa Lorong Sejarah dibuat sebagai tempat belajar yang khusus mengenalkan sejarah perjuangan bangsa, perkembangan pertahanan negara, serta peran Kementerian Pertahanan dalam menjaga kedaulatan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Adapun kutipan dari informan sebagai berikut:

“Lorong Sejarah dibentuk sebagai sarana edukasi pertahanan yang bertujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai sejarah perjuangan bangsa, perkembangan pertahanan negara, serta peran Kementerian Pertahanan dalam menjaga kedaulatan negara.”

Program ini dimulai secara informal berdasarkan perintah lisan Menteri Pertahanan yang memerintahkan Gedung Jenderal Sudirman dibuka sebagai tempat wisata edukasi untuk masyarakat umum. Fakta ini diungkapkan oleh Nelia, seorang pustakawan dengan pangkat Ahli Pertama dan juga pemandu Lorong Sejarah. Dia menjelaskan bahwa program ini berada di bawah naungan Perpustakaan Kementerian Pertahanan, yaitu Perpustakaan Wawasan Nusantara, yang merupakan salah satu proyek strategis dari Biro Hubungan Masyarakat. Nelia dengan tegas menjelaskan tujuan ganda yang diambil oleh program ini, seperti yang tercatat dalam kutipan berikut:

“Tujuan utama Lorong Sejarah adalah untuk edukasi dan literasi pertahanan. Berdasarkan perintah lisan Menteri Pertahanan, Gedung Sudirman dibuka sebagai wisata edukasi bagi masyarakat umum. Selain itu, ini juga bertujuan memperkenalkan Kementerian Pertahanan agar tidak dianggap menyeramkan oleh masyarakat.”

Ada dua hal yang menarik dari pernyataan itu. Pertama, program ini bukan sekadar pameran barang antik atau foto sejarah biasa, melainkan alat komunikasi resmi yang direncanakan secara sengaja untuk mengubah cara masyarakat memandang Kemhan. Kedua, pendekatan yang dipilih bersifat terbuka, mengundang siapa saja untuk masuk dan berinteraksi langsung dengan konten sejarah. Budiono, staf Biro Informasi Setjen Kemhan yang bertugas di Subbagian Perpustakaan Bagian Infopublikasi, menambahkan dimensi nilai yang menjadi inti dari seluruh program ini, yaitu memperkuat pemahaman tentang bangsa, rasa cinta negara, kebanggaan terhadap tanah air, serta kesadaran untuk membela negara, terutama bagi generasi penerus bangsa.

2. Tahap Penyusunan Konten dan Kurasi Materi Sejarah

Salah satu keputusan yang membuat Lorong Sejarah memiliki bobot akademik dan historis yang layak dipertanggungjawabkan adalah proses kurasi kontennya. Tanpa akurasi materi, label “wisata edukasi” tidak lebih dari sekadar klaim kosong. Muhammad Daud menjelaskan bahwa untuk menyiapkan gambar

beserta narasi yang ditampilkan di lorong, pihaknya menjalin kerja sama langsung dengan Pusat Sejarah TNI (Pusjarah TNI). Kutipan dari informan menyebutkan:

“Untuk histori dan isi Lorong Sejarah, kami bekerja sama dengan Pusjarah TNI untuk menyiapkan gambar beserta narasinya. Sehingga, saat ditampilkan di Lorong Sejarah, informasinya sudah akurat dan sesuai dengan sejarah yang sebenarnya.”

Kolaborasi dengan Pusjarah TNI ini bukan sekadar formalitas. Ini adalah jaminan verifikasi historis yang membedakan Lorong Sejarah dari inisiatif pameran foto biasa. Konten yang disajikan mencakup peristiwa peristiwa penting sebelum hingga sesudah kemerdekaan yang berkaitan langsung dengan Kementerian Pertahanan dan TNI. Nelia menambahkan bahwa pengunjung turut diperkenalkan dengan ruangan yang digunakan untuk kepentingan diplomasi pertahanan, termasuk dokumentasi para Menteri Pertahanan yang pernah menjabat sejak era kemerdekaan. Materi materi ini disusun mengikuti alur kronologis agar pengunjung dapat memahami narasi pertahanan Indonesia secara utuh, dari titik paling awal hingga kondisi kelembagaan yang ada sekarang.

Dari sisi fasilitas penyampaian, saat ini materi utama masih disajikan dalam format dua dimensi berupa poster dan foto yang ditampilkan di sepanjang dinding lorong Gedung Jenderal Sudirman. Namun demikian, Nelia mengungkapkan bahwa pengembangan ke arah teknologi yang lebih interaktif sedang dalam

tahap perencanaan. Layar sentuh (touchscreen) yang memungkinkan pengunjung membaca mandiri atau mendengarkan audio kini tengah dikembangkan, begitu pula tampilan tiga dimensi (3D) yang diharapkan mampu menghadirkan pengalaman kunjungan yang lebih hidup dan relevan bagi generasi muda.

3. Tahap Grand Launching dan Publikasi Perdana (Januari 2025)

Lorong Sejarah resmi diperkenalkan kepada publik melalui kegiatan grand launching pada bulan Januari 2025. Momen peluncuran ini dirancang bukan hanya sebagai seremoni pembukaan, tetapi juga sebagai titik awal eksposur media yang terencana. Budiono menjelaskan bahwa pada saat grand launching, media massa dari berbagai platform, baik televisi, cetak, maupun online, secara khusus diundang untuk meliput langsung jalannya kegiatan. Kutipan dari informan menyebutkan:

“Media massa baik televisi, cetak maupun online juga diundang untuk meliput langsung kegiatan grand launching wisata edukasi lorong sejarah saat pertama kali dibuka pada bulan Januari 2025.”

Sebelum tanggal peluncuran, tim Biro Infohan sudah menyiapkan materi promosi berupa flyer dan konten visual yang dirancang menggunakan bahan-bahan dokumentasi dari kegiatan uji coba sebelumnya. Budiono menegaskan bahwa seluruh materi tersebut baru dipublikasikan ke media sosial setelah mendapat persetujuan dari Kepala Biro Infohan (Karo Infohan). Pendekatan berlapis seperti ini

menunjukkan bahwa proses komunikasi tidak dibiarkan berjalan tanpa kendali editorial yang jelas. Rantai persetujuan internal tetap berfungsi, sekaligus memastikan bahwa konten yang keluar ke publik konsisten dengan identitas dan pesan kelembagaan yang telah ditetapkan.

Grand launching ini juga sekaligus menjadi momentum bagi masyarakat luas untuk pertama kali mengetahui keberadaan Lorong Sejarah. Ibu Ni Luh Putu Prita Ayu Ningsih, seorang pengunjung yang hadir dalam rangka Bimtek Sekolah, mengakui bahwa dirinya baru mengetahui Lorong Sejarah ketika seorang petugas Kemhan secara langsung mengajaknya berkunjung saat berada di lingkungan kementerian. Respons awal pengunjung seperti Ibu Prita menjadi gambaran nyata bahwa eksposur tatap muka di lapangan pun berkontribusi besar dalam memperkenalkan program ini kepada segmen yang mungkin belum terpapar informasi digitalnya.

4. Tahap Strategi Komunikasi Berlanjut dan Interaksi dengan Pengunjung

Setelah grand launching, proses pengenalan Lorong Sejarah tidak berhenti begitu saja. Strategi komunikasi yang dijalankan bersifat berlapis, memanfaatkan berbagai saluran secara bersamaan untuk menjangkau segmen masyarakat yang berbeda. Tahap ini mencakup beberapa elemen penting sebagai berikut:

a. Komunikasi Digital Melalui Media Sosial

Platform media sosial menjadi tulang punggung strategi komunikasi Lorong Sejarah pasca peluncuran. Muhammad Daud menyebutkan bahwa TikTok, Instagram, Facebook, dan YouTube digunakan secara aktif sebagai kanal utama penyebaran informasi. Sementara itu, Nelia secara khusus menyebut akun Instagram Kementerian Pertahanan dan Instagram Perpustakaan Kemhan RI sebagai platform yang paling intensif dikelola, selain thread Facebook. Budiono menambahkan dimensi yang lebih strategis terkait hal ini. Menurutnya, penyesuaian model desain konten dengan karakteristik setiap platform menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi komunikasi yang dijalankan, karena setiap platform memiliki karakteristik pengguna dan rentang usia yang berbeda beda.

b. Website Resmi Kemhan

Selain media sosial, informasi tentang Lorong Sejarah juga dapat diakses melalui website resmi Kementerian Pertahanan. Muhammad Daud mengonfirmasi bahwa website resmi berfungsi sebagai salah satu pintu masuk bagi masyarakat yang ingin mencari informasi lebih lengkap tentang program ini, termasuk jadwal pelaksanaan dan cara pendaftaran kunjungan.

c. Word of Mouth dan Komunikasi Tatap Muka

Strategi komunikasi mulut ke mulut (word of mouth) dijalankan secara sadar dan terencana. Muhammad Daud menjelaskan:

“Untuk memperkenalkan secara luas, selain lewat media sosial, kami juga mengandalkan pengunjung yang sudah pernah datang. Kami mengajak mereka untuk menceritakan pengalamannya kepada saudara atau rekan rekan di luar sana yang belum pernah berkunjung.”

Kerja sama lintas institusi turut memperkuat jangkauan program ini. Nelia mengungkapkan bahwa Kementerian Pertahanan menjalin kemitraan dengan Museum Nasional, di mana pengunjung yang telah membeli tiket masuk Museum Nasional secara otomatis mendapatkan akses gratis ke Lorong Sejarah. Skema ini merupakan langkah komunikasi yang cukup strategis, karena memanfaatkan lalu lintas pengunjung museum untuk diperkenalkan pada program edukasi pertahanan yang selama ini mungkin luput dari radar mereka.

d. Komunikasi di Lapangan dan Penyesuaian Pesan

Dalam pelaksanaan di lapangan, Lorong Sejarah dibuka satu kali setiap bulan pada hari Sabtu dengan empat gelombang kunjungan dari pukul 10.00 hingga 15.00. Pendekatan komunikasi yang digunakan tidak seragam. Nelia menjelaskan bahwa penyampaian materi selalu disesuaikan dengan profil pengunjung yang hadir. Untuk rombongan pelajar, bahasa yang digunakan lebih sederhana dan dipilih agar mudah dicerna. Untuk masyarakat umum seperti peserta Wisata Jakarta, pendekatannya lebih kontekstual dan dihubungkan dengan pengalaman keseharian mereka. Sedangkan untuk

tamu kementerian atau kalangan purnawirawan yang umumnya sudah familiar dengan sejarah pertahanan, pemandu cukup menyampaikan garis besar tanpa perlu masuk ke penjelasan yang terlalu mendasar.

Bukti efektivitas pendekatan ini tergambar dari pengalaman Ibu Prita saat berkunjung. Ekspektasi yang ia bawa sebelum masuk ke Lorong Sejarah terlampaui oleh kenyataan yang dijumpainya. Adapun kutipan dari informan menyebutkan:

“Ekspektasi saya tentang Lorong Sejarah sebelum saya masuk itu berisi tentang bagaimana perjuangan dan kisah peristiwa tentang sejarah. Tapi setelah saya masuk, ekspektasi saya itu sesuai dengan apa yang saya bayangkan. Bahkan lebih bagus, ditata dengan sangat apik, kemudian dinding dindingnya semua dilengkapi dengan foto foto sejarah dari tahun ke tahun.”

Penataan ruang yang apik, kehadiran pemandu yang komunikatif, serta suasana yang tidak kaku dan tidak terlalu formal menjadi factor faktor yang membuat pengalaman kunjungan terasa bermakna bagi pengunjung awam sekalipun.

D.KESIMPULAN

Penelitian ini dimulai dari satu pertanyaan utama, yaitu bagaimana Biro Informasi Pertahanan Kementerian Pertahanan menyusun dan melaksanakan strategi komunikasi publiknya dalam

mengenalkan Lorong Sejarah sebagai wisata edukasi pertahanan. Setelah data dari lima informan diproses, dibaca kembali, dan dianalisis dengan dua pendekatan, yaitu tahapan strategi komunikasi Cangara dan model komunikasi Lasswell, peneliti membuat beberapa kesimpulan berikut ini.

1. Tahap Penelitian dan Perencanaan Berjalan Cukup Matang

Biro Infohan tidak asal menembak sasaran. Dari awal, Gen Z dan Gen Alpha sudah dianggap sebagai target utama, seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Daud. Pemetaan ini terus diperbarui berdasarkan pengamatan langsung terhadap berbagai kalangan pengunjung di lapangan, mulai dari pelajar hingga purnawirawan. Pembagian peran pun jelas. Daud mengurus kebijakan, Budiono membuat konten, dan Nelia langsung menghubungkan pesan ke pengunjung. Kurasi materi dilakukan bersama Pusat Sejarah TNI, ditambah proses persetujuan bertahap sebelum konten dipublikasikan di media sosial, menunjukkan bahwa program ini dibuat dengan ketelitian dan ketatnya dalam proses editorial. Dua tahap ini, yaitu penelitian dan perencanaan,

bisa dikatakan menjadi dasar yang paling kuat dalam seluruh strategi.

2. Pelaksanaan Menempuh Dua Jalur yang Saling Menopang

Di lapangan, Nelia menggunakan pendekatan berbeda untuk setiap gelombang kunjungan. Untuk anak sekolah, dia menggunakan bahasa yang sederhana. Untuk masyarakat umum, dia menggunakan pendekatan kontekstual. Untuk purnawirawan yang sudah paham sejarah, dia hanya memberikan garis besar saja. Saat yang sama, jalur digital melalui TikTok, Instagram, Threads terus berjalan nonstop, didukung oleh strategi promosi mulut ke mulut yang sengaja dijaga Daud dengan mengajak pengunjung lama untuk menceritakan pengalaman mereka kepada orang-orang di sekitar mereka. Kerja sama tiket terusan dengan Museum Nasional menjadi cara yang cukup pintar untuk menjangkau pengunjung yang mungkin sebelumnya belum pernah terpikir untuk singgah di Lorong Sejarah. Kombinasi antara pertemuan langsung dan digital ini terbukti saling melengkapi kekurangan masing-masing, sesuatu yang juga diakui oleh Nelia sendiri.

3. Evaluasi dan Pelaporan Masih Berjalan Seadanya

Kalaupun dalam tahap penelitian, perencanaan, dan pelaksanaan bisa dibilang cukup baik, tapi saat evaluasi justru berbeda ceritanya. Indikator keberhasilan yang disebutkan oleh Budiono, seperti peningkatan pemahaman dan antusiasme kunjungan, masih bergantung pada persepsi dan laporan secara lisan, bukan angka atau alat ukur yang standar. Belum ada survei kepuasan pengunjung. Belum tersedia data statistik mengenai keterlibatan media sosial yang telah diproses secara sistematis. Tahap pelaporan justru lebih sepi, hanya disebutkan sekilas oleh Budiono tanpa penjelasan mengenai formatnya atau bagaimana hasilnya digunakan untuk meningkatkan ke depan. Seperti rumah ini, dasarnya sudah kuat dan dindingnya rapi, tapi atapnya masih rusak dan mudah bocor kalau hujan lebat.

4. Kelima Unsur Lasswell Hadir Secara Utuh, Meski dengan Kadar Berbeda

Komunikator berjalan dalam beberapa lapis, mulai dari tingkat instansi Biro Infokom hingga tingkat individu seperti Daud, Budiono, dan

Nelia, masing masing memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi. Pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan tema perjuangan, nasionalisme, dan bela tanah air, tetapi cara penyampaian nya fleksibel dan disesuaikan dengan pendengar yang ada. Saluran yang digunakan menggabungkan interaksi langsung dengan media lainnya. Komunikasinya kompleks, mulai dari kelompok sekolah hingga tamu dari kementerian. Dan efeknya, menurut peneliti, terasa di tiga tingkatan sekaligus yang paling menarik. Kognitif melalui pengetahuan baru yang diakui oleh Ka Nazila, afektif melalui rasa bangga yang dirasakan Ibu Prita saat melihat foto I Gusti Ngurah Rai, hingga konatif melalui kesediaan pengunjung untuk merekomendasikan program ini kepada orang lain.

5. Ada Sejumlah Retakan yang Tidak Bisa Ditutup Mata

Tujuh catatan kritis yang muncul dari data lapangan pada dasarnya berpusat pada satu hal utama, yaitu strategi ini terlihat kuat di permukaan, tapi tidak cukup kuat di bagian dasarnya. Ambisi untuk mengdigitalisasi tidak diiringi dengan peralatan dan tenaga kerja yang

cukup, seperti yang jujur diakui oleh Budiono. Dasar kelembagaan program masih bergantung pada perintah lisan Menteri, bukan pada kebijakan tertulis yang memiliki kekuatan hukum. Minat masyarakat yang besar justru terhambat karena keterbatasan dana, sehingga program baru hanya bisa dibuka setiap satu bulan, meski permintaan pengunjung sudah semakin tinggi dan mengarah ke setiap minggu. Menurut pengakuan jujur Nazila sendiri, pesan tersebut belum terasa relevan dengan kehidupan sehari hari generasi muda. Daya tariknya justru lebih banyak berasal dari pengalaman berkeliling naik Maung, daripada isi pesan sejarahnya itu sendiri. Selain itu, keberhasilan komunikasi masih sangat tergantung pada kemampuan pribadi pemandu, dan cakupan digital lebih banyak berjalan karena keberuntungan algoritma dibandingkan hasil dari rencana penargetan konten yang sudah direncanakan dengan rapi.

6. Menjawab Rumusan Masalah

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi publik yang digunakan oleh Biro Informasi Pertahanan Kementerian Pertahanan dalam

memperkenalkan Lorong Sejarah sudah berjalan efektif di tingkat mikro, yaitu dalam pengalaman kunjungan yang dilakukan. Namun, masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki di tingkat makro, seperti pengembangan kebijakan secara institusional, peningkatan kapasitas sumber daya, pembuatan sistem evaluasi yang jelas, serta peningkatan relevansi pesan-pesan yang disampaikan terutama bagi generasi muda. Dengan kata lain, Lorong Sejarah telah berhasil membuat para pengunjung merasa terkesan. Yang penting adalah bagaimana Kemhan bisa memastikan dampak tersebut tetap terjaga dan terus diperluas secara berkelanjutan, bukan hanya mengandalkan keberhasilan sementara dan keberuntungan saja.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan bisa dijadikan pertimbangan, baik bagi Biro Informasi Pertahanan Kementerian Pertahanan dalam mengelola Lorong Sejarah ke depan, maupun bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi topik yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianita Priscilla, C., Yuni Dharta, F., & Oktariani Lubis, F. (n.d.). Strategi Komunikasi Program Generasi Berencana Dalam Sosialisasi Pencegahan Pernikahan Dini Pada Remaja di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Oktober, 2023(19), 160–168. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8388303>
- Annisya Program Studi Ilmu Komunikasi, A., & Mbojo Bima, S. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) PALANG MERAH INDONESIA (PMI) KOTA BIMA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT UNTUK DONOR DARAH. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, (9).
- APJII. (2026). SURVEI PENETRASI INTERNET DAN PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET 2026. <https://Survei.Apjii.or.id/Home>.
- Bashori, & Jannatul Aulia. (2024). PENYUSUNAN KERANGKA BERPIKIR DALAM PENELITIAN. BPS. (2026a, April 30). Statistik Wisatawan Nusantara 2025. <https://www.bps.go.id/id>.
- BPS. (2026b, June 2). Desember 2025, kunjungan wisman di Indonesia mencapai 1,41 juta kunjungan, jumlah perjalanan wisnus 105,98 juta, jumlah perjalanan wisnas 823,77 ribu, dan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) di hotel bintang 56,12 persen. <https://www.bps.go.id/id>.
- Chen, J. (2024). Factors Affecting Cultural Transmission in Museum Tourism: An Empirical Study with Mediation Analysis. *SAGE Open*, 14(3). <https://doi.org/10.1177/21582440241273868>
- DATA REPORTAL. (2025, November 5). Digital 2026: Indonesia. <https://Datareportal.com/>.

- Dr. H. Abdul Salam, S. P. M. P. (2024). Manajemen Hubungan Masyarakat. umsu press. <https://books.google.co.id/books?id=bchEQAAQBAJ>
- Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M. S. (2022). BUKU KOMUNIKASI ORGANISASI_Dr. Bachruddin Ali Akhmad,M.SI yang ingin dibuatkan linknya.
- Evi Zahara. (n.d.). PERANAN KOMUNIKASI ORGANISASI BAGI PIMPINAN ORGANISASI.
- González-Herrera, A. I., Díaz-Herrera, A. B., Hernández-Dionis, P., & Pérez-Jorge, D. (2023). Educational and accessible museums and cultural spaces. In *Humanities and Social Sciences Communications* (Vol. 10, Number 1). Springer Nature. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01563-8>
- Jamalullail, Fidan Safira, & Hamdi. (2023). The Government Communication Strategy through Social Media to Increase Public Awareness. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>
- Jeni Meirisha, P. (2024). Strategi Public Relation Bank Syariah dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital: Literature Review.
- Juhji, S. Pd. , M. Pd., Dr. dr. Bernadtheta Nadeak, M. Pd., Opan Arifudin., S. P. M. Pd., Marwidin Mustafa, S. Sos. I., Dr. Wahyuni Choiriyati, S. Sos. ,M. Si., Ita Musfirowati Hanika S.A.P, M. I. Kom., Rahman Tanjung, S. MM., & Dra. Gracia Rachmi Adiarsi, MM. (2020). MANAJEMEN HUMAS PADA LEMBAGA PENDIDIKAN. www.penerbitwidina.com
- KEMENTERIAN PERTAHANAN BIRO INFORMASI PERTAHANAN. (n.d.). TUGAS DAN FUNGSI. KEMHAN RI. (2025a, January 26). Kemhan RI Luncurkan Lorong Sejarah untuk Masyarakat. <https://Www.Kemhan.Go.Id/>.
- KEMHAN RI. (2025b, April 12). Lorong Sejarah Kemhan Kembali Dibuka untuk Umum, Sebagai Wisata Edukasi Pertahanan. <https://Www.Kemhan.Go.Id/>.
- Kukuh Sinduwiatmo, P. (2018). BUKU AJAR MANAJEMEN PUBLIC RELATION.
- Mutiara Ramadanty, A., & Krisnando Nathanael, G. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Digital Kementerian Pertahanan dalam Menjalankan Fungsi Media Relation melalui Website dan Media Sosial Kemhan RI. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(4). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya>
- Prasetyo, D., Sastrawan Manik, T., Riyanti, D., Tinggi, S., & Ambarrukmo, P. (2021). PEMANFAATAN MUSEUM SEBAGAI OBJEK WISATA EDUKASI. [https://asosiasimuseumindonesia.org/Rangga_Eka_Sakti,_&_Bestian_Nainggolan._\(2023\)._Understanding_the_Role_of_Social_Media_Toward_Satisfaction_of_Government_in_Indonesia._Jurnal_Komunikasi_Indonesia,_12\(1\)._https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i1.1185](https://asosiasimuseumindonesia.org/Rangga_Eka_Sakti,_&_Bestian_Nainggolan._(2023)._Understanding_the_Role_of_Social_Media_Toward_Satisfaction_of_Government_in_Indonesia._Jurnal_Komunikasi_Indonesia,_12(1)._https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i1.1185)
- Sahputra, E., Politeknik, S., & Medan, N. (2011). Professional Public Relations. <https://www.researchgate.net/publication/326461504>
- Salsabila, O. L., Hastjarjo, S., & Satyawan, I. A. (2024). Government public relations strategy in the digital age: Social Media Influencer (SMI) collaboration in building community participation in Madiun Regency. *Informasi*, 54(1), 89–104. <https://doi.org/10.21831/informasi.v54i1.70577>
- Sidik, A. M., & Syarief, F. (2025). Strategi Edukasi Biro Informasi

Pertahanan Kemhan RI Tentang Isu
Pertahanan Melalui Podcast. Jurnal
Penelitian Komunikasi Dan
Sosialisasi, 1(2).

[https://ejournal.appisi.or.id/index.php/](https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Dialogika)
Dialogika

Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M.,
Rahmanda, E., Yena Feranza, F., Ilmu
Komunikasi, P., & Bina Bangsa, U.
(2024). Peran Media Public Relations
dalam Menciptakan Engagement di
Era Digital (Vol. 11, Number 2).
[http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/kom](http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/komunika)
unika

Totok Imam Santoso, & Guntur Eko
Putro. (2025). Communication
strategy for state defence: a case
study of Indonesia's Ministry of
Defence. Jurnal Studi Komunikasi
(Indonesian Journal of
Communications Studies), 9(2), 385–
394.

<https://doi.org/10.25139/jsk.v9i2.9957>