

# Strategi Komunikasi Humas Dinas Perhubungan Kabupaten Bogor dalam Upaya Mengurai Kemacetan di Kawasan Puncak Kabupaten Bogor

Putri Andini<sup>1</sup>, Fajar Kurniawan<sup>2</sup>, Gema Irhamdhika<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Bina Sarana Informatika  
Jakarta, Indonesia

e-mail: [1putriandini656@gmail.com](mailto:putriandini656@gmail.com), [2fajar.fuw@bsi.ac.id](mailto:fajar.fuw@bsi.ac.id), [3gema.gmr@bsi.ac.id](mailto:gema.gmr@bsi.ac.id)

## Abstrak

Dinas Perhubungan (Dishub) Kabupaten Bogor merupakan instansi pemerintahan khususnya di Kabupaten Bogor yang bertanggung jawab dibidang perhubungan serta transportasi. Dishub Kabupaten Bogor dipimpin oleh seorang Kepala Dinas (Kadis) yang bertanggung jawab kepada Bupati. Dishub Kabupaten Bogor memiliki struktur keorganisasian yang berfungsi untuk membantu Kadis dalam menjalankan tugasnya. Dishub Kabupaten Bogor memiliki divisi humas yang menjadi jembatan informasi antara dinas dengan masyarakat. Dengan adanya humas ini, masyarakat menjadi tahu mengenai kebijakan-kebijakan yang diberlakukan oleh Dishub Kabupaten Bogor. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, analisis data dan juga dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah informasi mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas Dishub Kabupaten Bogor dalam upaya mengurai kemacetan di Puncak Kabupaten Bogor. Puncak Kabupaten Bogor selain dikenal dengan tempat wisatanya juga dikenal dengan kemacetannya terutama pada hari libur. Humas Dishub Kabupaten Bogor melakukan empat tahapan strategi komunikasi yang saling berkesinambungan menurut teori Cutlip dan Center yaitu fact finding (pencarian fakta), planning (perencanaan), communication (komunikasi), dan evaluation (evaluasi). Dan model komunikasi yang dilakukan oleh humas Dishub adalah model komunikasi Lasswell yang dimana terdapat saluran atau media yang digunakan.

Kata Kunci: Dinas Perhubungan, Humas, Strategi Komunikasi

## Abstrack

*The Bogor Regency Transportation Agency is a government agency, especially in Bogor Regency, which is responsible for transportation. The Bogor Regency Transportation Office is led by a Head of Service who is responsible to the Regent. The Bogor Regency Transportation Office has an organizational structure that functions to assist the Head of Transportation in carrying out its duties. The Bogor Regency Transportation Office has a public relations division that serves as an information bridge between the agency and the community. With this public relations, the public becomes aware of the policies enacted by the Bogor Regency Transportation Agency. This research is a type of descriptive qualitative research with data collection methods through interviews, data analysis and documentation. The result of this study is information about communication strategies carried out by public relations of the Bogor Regency Transportation Department in an effort to unravel congestion in Puncak Bogor Regency. The Puncak area, Bogor Regency, in addition to being known for its tourist attractions, is also known for its congestion, especially on holidays. Public Relations of the Bogor Regency Transportation Agency carries out four stages of communication strategies that are mutually sustainable according to the theory of Cutlip and Center, namely fact finding, planning, communication, and evaluation. And the communication model carried out by the Public Relations of the Transportation Department is the Lasswell communication model where there are channels or media used*

Keywords: *Departement of Transportation, Publik Relations, Communication Strategy*

## 1. Pendahuluan

Sistem transportasi di Kabupaten Bogor menjadi salah satu elemen pada system transportasi nasional yang berperan penting untuk menyukseskan pembangunan nasional. Dinas Perhubungan Kabupaten Bogor menjadi pemeran utama dalam melaksanakan pembangunan serta pelayanan di bidang transportasi wilayah Kabupaten Bogor.



Dinas Perhubungan (Dishub) Kabupaten Bogor didirikan atas oleh Pemkab Bogor berdasarkan Perda Kabupaten Bogor No 25 Tahun 2000 mengenai Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Bogor dan juga Perda No 3 Tahun 2001 mengenai Struktur Organisasi Dinas Daerah.

Tingginya tingkat pengguna lalu lintas membutuhkan kondisi lalu lintas yang memadai. Hal tersebut menjadi tugas utama Dishub untuk memberikan fasilitas lalu lintas. Salah satu Kawasan di Kabupaten Bogor yang membutuhkan perhatian di bidang lalu lintas adalah Kawasan Puncak Kabupaten Bogor.

Kawasan Puncak selain dikenal dengan tempat wisatanya juga dikenal dengan kemacetannya terutama pada akhir pekan maupun hari libur nasional. Dikutip dari [www.detik.com](http://www.detik.com) dituliskan bahwa kemacetan di Kawasan Puncak terutama pada H+2 lebaran mencapai lebih dari 160 ribu kendaraan yang melintas. Sedangkan kapasitas jalan di Kawasan Puncak sekitar 28ribu kendaraan dalam kondisi lalu lintas normal (<https://www.detik.com/2024>). Banyak hal yang menjadi sumber kemacetan selain jumlah kendaraan yang meningkat, yaitu tidak diimbangi dengan kapasitas jalan yang memadai, kurangnya fasilitas pemberhentian transportasi umum, PKL (pedagang kaki lima) yang berjualan di sepanjang jalan, bahkan kendaraan yang berhenti di bahu jalan.

Wilayah Puncak termasuk di daerah pemerintahan Kabupaten Bogor. Oleh karena itu, dalam menanggulangi permasalahan kemacetan, Dishub Kabupaten Bogor mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mengurai kemacetan tersebut

Upaya penyebaran informasi mengenai kebijakan yang dicetuskan, Dishub Kabupaten Bogor memiliki Tim Humas dan Media atau TIM HUNTER yang bertugas sebagai jembatan informasi antara dinas dengan masyarakat. sehingga informasi yang disampaikan dapat menyeluruh.

Proses komunikasi yang terjalin antara Humas dengan Masyarakat ini dilakukan melalui media penyalur dan dengan strategi yang komunikasi yang tepat agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat sasaran. Sehingga system lalu lintas di Kabupaten Bogor dapat berjalan dengan baik.

## 1.2 Rumusan Masalah

Persoalan yang menjadi fokus studi ini ialah kurangnya kesadaran akan dampak buruk yang terjadi apabila jumlah kendaraan semakin meningkat. Karena dari banyaknya jumlah kendaraan akan menimbulkan dampak yang sangat besar seperti kemacetan dan polusi udara. Dishub Kabupaten Bogor berupaya untuk mengurai tingkat kemacetan yang terjadi. Dari uraian tersebut, tentunya menimbulkan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Apa yang dilakukan Dishub Kabupaten Bogor untuk mengurai masalah kemacetan di Kawasan Puncak Kabupaten Bogor?
2. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Humas Dishub Kabupaten Bogor dalam mengurai kemacetan di Kawasan Puncak Kabupaten Bogor?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Menginformasikan upaya yang dilakukan Humas Dishub Kabupaten Bogor untuk mengurai kemacetan di Kawasan Puncak Bogor.
2. Mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Humas Dishub Kabupaten Bogor.

## 2. Metode

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif yang menekankan terhadap aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu permasalahan. Sari et al., (2023) berpendapat bahwa metode kualitatif lebih menekankan pada teknik analisis mendalam yakni dalam satu permasalahan akan dikaji di setiap kasusnya karena metode ini meyakinkan bahwasannya sifat setiap persoalan masing-masing berbeda.

Sugiyono (2012) mendefinisikan kualitatif sebagai penelitian yang diterapkan peneliti untuk mengkaji keadaan objek ilmiah yang mana peneliti menjadi alat kunci (Sari et al., 2023).

Metode penelitian deskriptif diartikan sebagai sebuah riset yang ditunjukkan guna menguraikan sebuah fenomena baik ilmiah maupun buatan. Penelitian ini akan menghasilkan data yang berwujud gambar, rekaman, maupun kata-kata, tidak berwujud angka (Sugiarto, 2018).

## 3. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan beberapa teori sebagai penunjang dan juga dasar dari pembahasan. Berikut ini adalah beberapa teori yang digunakan.

### A. Teori Komunikasi Humas Cutlip and Center

Teori ini menjelaskan mengenai komunikasi yang dilakukan oleh seorang humas tidak terlepas dari keempat tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu pencarian fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*), dan juga evaluasi (*evaluation*).

### B. Komunikasi

Kriyantono (2019) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi”: Filsafat dan Etika Ilmunya beserta Perspektif Islam menjelaskan bahwa secara etimologi, komunikasi berasal dari bahasa Yunani yaitu *ommunication* atau *commune facere* yang artinya membuat bisa diterima banyak orang. Sedangkan secara terminologis, beberapa ahli mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

- 1) Bernard Barelson dan Gary A. Stainer menjelaskan bahwa komunikasi ialah transmisi keterampilan, emosi, gagasan, maupun informasi melalui grafik, gambar, figure, kata-kata, symbol, dan lainnya.
- 2) Carl Hovland mendefinisikan komunikasi merupakan proses yang memungkinkan seorang individu maupun komunikator untuk memberikan rangsangan atau pesan yang bertujuan guna mempengaruhi perilaku orang lain.
- 3) Rachmat Kriyantono (2019) mendefinisikan komunikasi sebagai proses pemaknaan atau penukaran pesan pada pikiran individu maupun kelompok dengan interaksi yang dilakukan langsung ataupun tidak langsung.

#### C. Komunikasi Organisasi

Peran utama dalam organisasi adalah terjalannya komunikasi yang baik untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Stephen Robbins mendefinisikan organisasi sebagai kesatuan kehidupan sosial yang dikoordinasikan juga dilaksanakan dengan sadar namun dibatasi hal yang dapat diidentifikasi (Daud, 2023). Komunikasi dalam organisasi terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

- 1) Komunikasi vertikal
- 2) Komunikasi horizontal
- 3) Komunikasi diagonal

#### D. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan istilah yang artinya komunikasi dengan memanfaatkan media. Dalam hal ini media yang dipahami adalah hasil dari teknologi modern yang terus berkembang seperti surat kabar, film, televisi, radio, dan lain sebagainya.

Hadi et al., (2021) dalam buku Komunikasi Massa menuliskan bahwa “massa: dalam komunikasi massa memiliki perbedaan dengan massa. secara umum, “massa” diartikan sebagai kumpulan individu dalam lokasi tertentu. Sedangkan “massa” pada kata komunikasi massa yaitu berkaitan dengan orang yang menerima pesan melalui media massa. penerima tersebut digambarkan sebagai orang banyak namun tidak dalam satu lokasi maupun juga waktu yang sama. Para ahli mendefinisikan komunikasi massa sebagai berikut:

- 1) George Gebner (1967) mendefinisikan komunikasi massa sebagai distribusi dan produksi dengan basis Lembaga dan teknologi melalui aliran pesan berkelanjutan dan juga sangat luas untuk dibagikan ke masyarakat industry (Rakhmat, 2019).
- 2) John R. Bittner (1980) mendefinisikan komunikasi massa merupakan pesan yang disampaikan dengan menggunakan media massa ke sejumlah orang (Rakhmat, 2019).

## 4. Hasil dan Pembahasan

Dinas Perhubungan (Dishub) menjadi salah satu elemen pemerintahan di bawah kepemimpinan Kepala Dinas yang memiliki tanggung jawab terhadap Bupati melalui Sekertaris Daerah. Alamat kantor Dishub Kabupaten Bogor yaitu di Jalan Dinas LLAJ Kab. Bogor-Kantor Baru, Cimandala, Sukaraja, Cijujung, Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16710.

Dishub Kabupaten Bogor dipimpin oleh A. Agus Ridallah, SH, MH, M.Pd selaku kepala dinas sejak Januari 2022 hingga saat ini. Untuk menjalankan tugasnya, kepala dinas membawahi beberapa staf yang tersusun dalam struktur keorganisasian dan bertanggung jawab di bidangnya masing-masing. Seperti Sekretariat, Bidang Lalu Lintas Jalan, Bidang Sarana Transportasi, Bidang Perlengkapan Jalan Bidang Angkutan, UPT, dan Kelompok Jabatan Fungsional. Setiap bidang tersebut masih membawahi sub bagian.

Dinas Perhubungan Kabupaten Bogor dibentuk atas dasar aturan berikut:

- a. Peraturan Pemerintahan RI No. 22 Tahun 1990
- b. Peraturan Pemerintah RI No. 45 Tahun
- c. Peraturan Pemerintah RI No 18 Tahun 2016
- d. Perda Kab Tingkat II Bogor Nomor 7 Tahun 1995
- e. Perda Kab. Bogor No 25 Tahun 2000
- f. Perda Kab, Bogor No 11 Tahun 2008
- g. Perda Kab. Bogor No 12 Tahun 2016
- h. Perda Kab. Bogor No. 2 Tahun 2020
- i. Peraturan Menhub RI No 139 Tahun 2016
- j. Peraturan Bupati Bogor Nomor 60 Tahun 2016
- k. Perbub Bogor No 110 Tahun 2021

Humas Dishub Kabupaten Bogor menjadi bagian dari sub bagian Program dan Pelaporan (Subag Prolap). Setiap program maupun kebijakan yang dibuat Dishub Kabupaten Bogor tentunya harus dipublikasikan agar masyarakat memahami dan dapat mematuhi program atau kebijakan yang diberlakukan. Hal ini sudah menjadi tugas utama humas agar dapat menyampaikan dengan serentak dan menyeluruh pada masyarakat Kabupaten

Bogor. Tim Humas dan Media (TIM HUNTER) memanfaatkan sosial media untuk melaksanakan tugasnya. Sehingga media sosial memiliki peran yang sangat penting bagi TIM HUNTER.

Sosial media resmi yang dimiliki oleh Dishub Kabupaten Bogor seperti Instagram (@dishub.bogoorkab), TikTok (@dishub.bogorkab), YouTube (Dishub Kabupaten Bogor), X (@dishub\_bogorkab), Website (www.dishub.bogorkab.go.id).

Dishub Kabupaten Bogor tentunya berupaya untuk menyelesaikan setiap masalah yang terjadi khususnya di bidang perhubungan dan transportasi. Salah satu permasalahan yang terjadi adalah tingkat kemacetan di wilayah Puncak Kabupaten Bogor. Berdasarkan observasi yang dilakukan, kemacetan di kawasan Puncak terjadi bukan tanpa sebab.

Jalur Puncak yang merupakan penghubung antara Kabupaten Bogor dan Kabupaten Cianjur ini memiliki daya tarik wisatawan. Banyaknya tempat rekreasi seperti Taman Bunga Nusantara, Taman Matahari, Taman Safari, dan lainnya. Semakin tinggi peminat tempat wisata maka akan semakin banyak kendaraan yang melintasi jalur Puncak.

Beberapa faktor lain yang menjadi penyebab kemacetan di Puncak adalah parkir kendaraan sembarangan, pedagang kaki lima, fasilitas jalan yang masih kurang memadai. Selain itu juga Puncak termasuk kawasan dataran tinggi sehingga kendaraan harus mengurangi kecepatannya yang menyebabkan antrean kendaraan yang panjang.

Dishub tetrus melakukan pemantauan jarak jauh dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu ITS (*Intelligent Transportation System*) untuk mengetahui kondisi lalu lintas di kawasan Puncak Bogor. ITS ini berpusatkan di kantor Dishub Kabupaten Bogor pada satu ruangan yang berisikan teknologi untuk melakukan pemantauan di beberapa area atau biasanya disebut sebagai ATCS (*Area Traffic Control System*) sehingga Dishub dapat mengetahui kapan kebijakan mereka diberlakukan melalui teknologi tersebut.

Diketahui berdasarkan data yang dicatat oleh Dinas Perhubungan Kabupaten Bogor, jumlah kendaraan di Puncak pada hari Sabtu, 1 Juni 2024 meningkat sampai dua kali lipat dari hari biasanya yang terpantau ramai lancar. Kurang lebih 75 ribu kendaraan yang terdiri atas 33 ribu motor dan 10 ribu mobil yang mengarah ke Puncak. Sedangkan kendaraan yang mengarah ke Jakarta tercatat sebanyak 22 ribu motor dan 11 ribu mobil. Data tersebut didapatkan berdasarkan hasil wawancara dengan Kasubag Prolap Dishub Kabupaten Bogor.

Hal tersebut tentu jadi sebuah tantangan untuk Dishub Kabupaten Bogor. Berdasarkan Rencana Strategis (Renstra) Dishub Kabupaten Bogor tahun 2024-2026, dilihat dari segi pergerakan, bangkitan serta tarikan perjalanan di Kabupaten Bogor maka Dishub Kabupaten Bogor harus mampu mengurai tingkat kemacetan di Kabupaten Bogor. Dalam menangani permasalahan tersebut Dishub Kabupaten Bogor berkomunikasi untuk menyusun strategi untuk mengurai kemacetan di Kawasan Puncak Bogor. Dan komunikasi yang terjalin adalah komunikasi organisasi.

Strategi yang dilakukan Dishub Kabupaten Bogor yaitu:

1. Pengawasan melalui *Area Traffic Control System* (ATCS) sebagai teknologi informasi yang membantu Dishub dalam pengendalian lalu lintas dengan tujuan mengoptimalkan kinerja jaringan jalan serta koordinasi pengaturan lalu lintas pada setiap persimpangan.
2. Pemberlakuan rekayasa lalu lintas satu jalur atau *one way*. Jalur arah Puncak dibuka pukul 07.00-12.00 dan jalur arah Jakarta dibuka mulai pukul 12.30-18.00.
3. Pemberlakuan ganjil genap dari simpang Gadog Jalan Raya Puncak menuju Simpang Empat Tugu Lampu Gentur Kabupaten Cianjur dan juga arah sebaliknya.

Kebijakan yang dikeluarkan oleh Dishub tentunya harus segera disampaikan kepada masyarakat. Untuk mendukung keberhasilan strategi teknis tersebut. Humas Dishub memiliki strateginya tersendiri untuk menyampaikan dan berkomunikasi dengan masyarakat. Karena posisi humas adalah sebagai jembatan informasi antara dinas dengan masyarakat.

Hasil wawancara peneliti terhadap narasumber yaitu Humas Dishub Kabupaten Bogor Bapak Alfath Fadllurhman, beliau mengungkapkan “kita dari tim humas harus menentukan dulu isu apa yang akan dibahas. Tentunya isu tersebut berhubungan dengan kebijakan dan juga yang menjadi keresahan masyarakat. Karena kami sebagai tim humas dan media bukan hanya melakukan publikasi saja, tapi juga menyalurkan pendapat masyarakat Kabupaten Bogor yang mereka sampaikan melalui soial media kami.”

Berikut ini adalah strategi yang dilakukan humas Dishub Kabupaten Bogor:

1. Melakukan monitoring dan analisa peristiwa yang terjadi di berbagai saluran komunikasi layaknya media online, cetak, maupun sosial media. Selain itu, tim humas juga melakukan analisa lapangan.
2. Melakukan perencanaan publikasi terkait peristiwa yang terjadi. Tahap ini tentunya sangat penting sebelum informasi terkait kebijakan tersebut dipublikasikan kepada masyarakat melalui berbagai macam media.
3. Melakukan komunikasi, analisa publik, penjangangan aspirasi dan juga aduan masyarakat.
4. Menyusun hasil pelaksanaan dalam bentuk laporan sebagai bentuk evaluasi serta bahan pemimpin agar dapat mengambil keputusan dan kebijakan berikutnya.

Humas Dishub Kabupaten Bogor juga melakukan komunikasi dengan mode Laswell yang dimana terdapat *with what effect* (efek yang terjadi), *to whom* (kepada siapa/komunikan), *Who* atau siapa yang menyampaikan

pesan, *in which channel* (media apa yang digunakan), *says what* (pesan apa yang disampaikan), dan *who* (siapa/komunikator).

1. *Who*

Komunikator dalam hal ini adalah humas Dinas Perhubungan. Humas yang melakukan komunikasi dengan masyarakat dengan menyampaikan informasi atau kebijakan teknis yang diberlakukan oleh Dinas Perhubungan Kabupaten Bogor.

2. *Says what*

Pesan yang disampaikan ini berdasarkan isu dan fakta yang terjadi. Beragam jenis pesan yang disampaikan oleh humas seperti berupa himbauan, informasi, rencana kerja, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, tentunya pesan yang disampaikan humas berupa informasi terkait arus lalu lintas Puncak serta kebijakan yang sedang diberlakukan untuk mengurai kemacetan yang terjadi di Puncak Kabupaten Bogor.

3. *In which channel*

Media yang digunakan oleh humas adalah media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok, Youtube, dan juga Web Site resmi dari Dinas Perhubungan Kabupaten Bogor.

4. *To whom*

Kepada siapa atau komunikasi disini ialah masyarakat. Karena setiap pesan yang dikemas dalam bentuk konten audio, visual, audio visual, maupun bentuk tulisan *press release* ditujukan kepada masyarakat khususnya Kabupaten Bogor.

5. *With what effect*

Pesan atau himbauan yang disampaikan melalui media sosial tentunya akan memberikan dampak atau efek. Baik bagi masyarakat maupun Dinas Perhubungan. Dampak yang terjadi di masyarakat adalah mereka menjadi mengetahui kebijakan apa yang sedang diberlakukan oleh Dishub Kabupaten Bogor untuk kemajuan lalu lintas di Kabupaten Bogor. Dan Dishub pun tentunya akan menerima dampaknya yaitu pendapat atau aspirasi yang disampaikan oleh masyarakat sebagai bahan evaluasi untuk kebijakan yang berikutnya.

## 5. Kesimpulan

Dishub Kabupaten Bogor memiliki tujuan untuk memajukan perhubungan secara menyeluruh dan juga merata. Luasnya wilayah Kabupaten Bogor menjadi salah satu tantangannya. Maka dari itu Dishub merancang strategi yang dapat dilakukan untuk memajukan setiap daerah khususnya di Kabupaten Bogor. Masalah perhubungan yang menjadi pusat perhatian adalah kemacetan di kawasan Puncak.

Wilayah dataran tinggi yang dikenal dengan suasana serta tempat wisata menjadi salah satu pilihan destinasi liburan masyarakat Jabodetabek. Jalur Puncak juga menjadi penghubung antara Kabupaten Bogor dengan Kabupaten Cianjur. Beberapa faktor yang menyebabkan jalur puncak semakin menyempit. Sehingga terjadinya antrean panjang kendaraan. Untuk itu, Dishub yang bekerja sama dengan instansi lain seperti Satlantas Polres Bogor, BPTJ, Kementerian Perhubungan, dan Pemerintahan Daerah.

Dalam penerapan strategi secara teknis, tentunya dibutuhkan publikasi agar masyarakat yang ingin menuju arah Puncak lebih memperhatikan kebijakan yang sedang berlaku untuk mengurai tingkat kemacetan. Publikasi tersebut dilakukan oleh Humas dari Dishub Kabupaten Bogor atau TIM HUNTER melalui sosial media resmi dari Dishub Kabupaten Bogor. Karena humas merupakan jalur penghubung antara masyarakat dengan Dinas. Hal tersebut tentunya dilakukan untuk meminimalisir resistensi masyarakat terhadap kebijakan yang diambil oleh instansi.

## Referensi

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening Media Publishing.
- Dakir. (2018). *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan Era Global*. Yogyakarta: K-Media.
- Daud, R. (2023). *Komunikasi Organisasi*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Eadie, W. F. (2020). *Komunikasi Abad 21: Sebuah Panduan Referensi Volume 2* (Vol. 2). Penerbit Nusa Media.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, & Indrayani, I. (2021). *Komunikasi Massa* (Nur, Ed.). CV. Penerbit Qiara Merdia.
- Hafid, H. (2020). Peran Dinas Perhubungan Dalam Menguji Kendaraan Angkutan Barang Dan Masyarakat di Wilayah Kota Administrasi Jakarta Utara. Diakses pada 24 April 2024. <https://fisip.moestopo.ac.id/storage/Penelitian/peran-dinperhub-dalam-pengujian-kendaraan-jakut.pdf>
- Kriyantono, Rachmat. (2019). *PENGANTAR LENGKAP ILMU KOMUNIKASI: Filsafat dan etika ilmu serta perspektif islam*. Jakarta: Prenamedia Group. Hlm 64
- Kosim, et al. (2021). *Strategi Dinas Perhubungan Dalam Menertibkan Parkir Liar Di Kota Banjarmasin*. Diakses pada 28 April 2024. <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/8355/>
- Kristanto. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Mas, S., Haris, I. (2022). *Komunikasi Organisasi (Teori dan Aplikasi)*. Gorontalo: UNG Press Gorontalo

- Muniarti, E. (2019). *Pengertian Komunikasi, Pengaruh Komunikasi Terhadap Organisasi, bagaimana Komunikasi Terjadi, dan Pendekatan Komunikasi Organisasi. Pemerintah Daerah Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Mukhtariza., et al.* (2023). *Peran Humas Dinas Perhubungan Terhadap Pemanfaatan Dan Pengelolaan Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi.* Jurnal Ilmia Mahasiswa Fisip Unsyiah. Volume 7. Diakses pada 27 April 2024. <https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/23397/11156>
- Maliki, W. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DISHUB JABAR DALAM MENJALANKAN AKTIVITAS MEDIA RELATION.* Skripsi(S1) thesis, FISIP UNPAS. Diakses pada 25 April 2024. <https://repository.unpas.ac.id/63548/>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningrum, E. Nisumanti, S. Qubro, K. (2023). *Jurnal Evaluasi Kemacetan Lalu Lintas Di Ruas Jalan Doktor Muhammad Isa Kota Palembang.* Volume 8-I. Diakses pada 7 Juni 2024. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/deformasi/article/view/9541/7291>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja.* *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). 47-51.
- Puspita, W. S, Asep, S. (2021). *Strategi Komunikasi Huma Besar (PSBB).* *Jurnal Ilmu Komunikasi.* Volume 9 (22): halaman 188-205. Diakses pada 28 April 2024. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/23515/11663>
- Rahmadi, F. (2021). *Strategi Komunikasi Humas Pengadilan Negeri Takalar Dalam Meningkatkan Citra.* *Journal Komunikasi dan Organisasi*, Volume 3: halaman 7-15. Diakses pada 24 April 2024. <file:///C:/Users/acer/Downloads/12030-35806-1-SM.pdf>
- Rahayu, I.R.S., & Erlangga. (2022). *Kenapa Kemacetan di Puncak Bogor Terus Berulang? Ini Kata Pengamat Transportasi.* Diakses pada 10 April 2024. <https://money.kompas.com/read/2022/03/04/123900726/kenapa-kemacetan-di-puncak-bogor-terus-berulang-ini-kata-pengamat-transportasi>
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi komunikasi: Edisi revisi.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Safitri, J. (2023). *Komunikasi Humas Dalam Membangun Media Relations Untuk Meningkatkan Citra Positif Pada Pemerintahan Kabupaten Kepulauan Meranti di Provinsi Riau.* Diakses pada 24 April 2024. <https://repository.uin-suska.ac.id/70840/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>
- Sari, A., Dahlan, Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyatno, & Werdhani, A. S. (2023). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian.* CV. Angkasa Pelangi.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis.* Yogyakarta: Suaka Media.
- Warsono, H., Astuti, R. S., & Ardiyansah. (2022). *Metode Pengolahan Data Kualitatif Menggunakan Atlas.ti* (Ardiyansah, Ed.). Program Studi Doktor Administrasi Publik.
- Wardhana, A.A. (2020). *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial.* Diakses pada 24 April 2024. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/12013/1/SKRIPSI%20ADITYA%20UPLOAD.pdf>
- Wardhana, A.A. (2020) *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial.* Undergraduate (S1) thesis, IAIN Ponorogo. Dikses pada 26 April 2024. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/12013/>
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama.* Jakarta: Prenadamedia Group
- Renstra Dinas Perhubungan Kabupaten Bogor 2024-2026