

Strategi media relations humas kabupaten Pati dalam melaksanakan publisitas

Shofi Majid Abiyyi^{1a}; Nieldya Nofandrilla^{1b}

Universitas Muhammadiyah Surakarta

1100180262@student.ums.ac.id

nieldya.nofandrilla@ums.ac.id

INFO ARTIKEL

Keywords

Media Relations
Government Public Relations
Publisitas

ABSTRAK

Humas dalam lembaga pemerintahan memiliki peranan yang krusial bagi masyarakat umum, karena Humas menjadi portal informasi bagi masyarakat maupun sebaliknya. Dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat maupun kepada media Humas pemerintah daerah juga harus tepat, cepat serta akurat karena untuk mengukur apakah kebijakan pemerintah daerah sudah tepat dan juga sebagai tolak ukur pengambilan kebijakan pemerintah daerah. Dalam prakteknya Humas Kabupaten Pati menjadikan Humas untuk jembatan informasi dari masyarakat serta media. Pemda Kabupaten Pati memberikan tugas Humasnya untuk menyebarkan informasi lewat media massa maupun social media. Penelitian yang dilakukan merupakan jenis deskriptif kualitatif dimana menjelaskan strategi relasi media dari Humas Kabupaten Pati guna mengolah informasi dari internal Pemda maupun masyarakat umum untuk melaksanakan fungsi publisitas. Sumber data penelitian ini dari beberapa narasumber. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi dan juga wawancara. Analisis data penelitian ini lewat beberapa tahap yaitu mengumpulkan informasi, reduksi data, penyajian lalu menarik kesimpulan. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan adalah strategi relasi media dari Humas Kabupaten Pati dalam menjalankan publikasi terbagi menjadi tiga fungsi. Fungsi fungsi itu adalah fungsi menjadi Humas, fungsi melakukan relasi media, dan fungsi untuk menjalankan publikasi informasi. Humas Pemda Kabupaten Pati menjadikan publikasi informasi atau publisitas adalah hal yang penting, dikarenakan hal tersebut dapat membuat citra positif pemerintah daerah. Sedang komunikasi yang terjalin antara Humas Kabupaten Pati dengan media berguna untuk mendapatkan kesamaan pendapat dan rasa saling pengertian.

1. Pendahuluan

Humas (PR) adalah sebuah kegiatan dan ilmu dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberi pandangan pada pemimpin lembaga dan melaksanakan program-program terencana untuk memenuhi kebutuhan dari suatu organisasi dan publik. Menurut (Lubis, 2012) pengertian dari *public relations* yaitu sebagai jembatan komunikasi dari lembaga dengan publik, tidak hanya itu praktik humas juga memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk kemajuan suatu lembaga serta mengatur kesepemahaman dari lembaga dengan masyarakat umum. (Fahri & Unde, 2018) menjelaskan bahwa humas harus mampu menginterpretasikan, menganalisa, dan membuat evaluasi tentang perilaku masyarakat umum lalu disampaikan ke pihak manajemen sebagai penentu pengambilan kebijakan agar terjadi kesepemahaman dari kepentingan lembaga dengan kepentingan publik sehingga tercipta

saling pengertian, sehingga masyarakat umum bisa mengerti dan melaksanakan kebijakan dari lembaga. Selain itu seorang PR juga diwajibkan memiliki *skill* untuk membuat evaluasi dari beberapa kebijakan dari lembaga terlebih yang memiliki hubungan dengan publik

Menurut (Pratiwi et al., 2015), salah satu aktivitas dalam lingkup kehumasan adalah adanya relasi media (*media relations*), *media relations* adalah salah satu aktivitas kehumasan yang mengurus hubungan eksternal suatu lembaga dimana Humas diharuskan membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik guna tercapainya apa yang diinginkan oleh suatu lembaga. Selain itu (Vivian et al., 2017) mengemukakan relasi dengan media menjadi kunci untuk menjelaskan pesan perusahaan kepada sisi eksternal suatu lembaga contohnya adalah orang-orang awam, hingga dunia internasional maupun pihak di dalam perusahaan (internal) seperti Pemerintah dan pihak terkait lainnya. Humas juga harus bisa mengolah informasi atau pesan dari internal lembaga menjadi sebuah pesan untuk di teruskan kepada beberapa pihak baik dari dalam maupun luar lembaga, hal itulah sebagai patokan Humas bagaimana akan membangun *media relations* nanti. Dalam menjalankan relasi media Humas tentu perlu menjalin relasi yang baik dengan beberapa media, hal tersebut dikarenakan selain untuk memudahkan alur informasis organisasi, hubungan yang harmonis dengan media juga dapat meminimalkan informasi yang negative (Fadillah et al., 2019).

Dalam pemerintahan adanya Humas merupakan sebuah kewajiban karena digunakan sebagai informan serta sebagai jembatan dari kebijakan yang diambil pemerintah, tidak hanya itu Humas juga menjadi saluran informasi untuk masyarakat dari apa saja yang akan dilakukan oleh pemerintah, maka dari itu suatu bidang kehumasan di lingkup pemerintah merupakan hal yang *krusial* terlebih di Negara Indonesia ini. Bidang Humas di pemerintahan daerah khususnya Kabupaten Pati memiliki fungsi utama untuk menampilkan citra baik pemerintahan daerah kepada masyarakat Pati pada khususnya. Humas di Kabupaten Pati juga bertanggung jawab pada pengelolaan sosial media, konferensi pers, hingga isi konten dari media radio/televisi yang ada di Kabupaten Pati. Dalam memberikan informasi seorang Humas harus bisa menjadi jembatan untuk menciptakan hubungan baik antar pihak yang terlibat di dalamnya. Adanya suatu divisi kehumasan dalam pemerintahan terutama pemerintah daerah yaitu sebagai agen penyedia informasi/berita kepada masyarakat, sebagai penampung aspirasi dan aduan dari masyarakat untuk menjadi tolak ukur pengambilan keputusan/kebijakan Pemda, sebagai documenter serta menjadi protokoler dari apa saja yang akan menjadi acara dari seorang Bupati, dan melakukan beberapa perintah/tugas lain yang dibebankan oleh Pemda. Humas juga yang akan menyebar luaskannya. serta menjadi komunikator sekaligus portal penghubung apa yang sudah di atur oleh lembaga, untuk menunjang hal tersebut bidang Humas pemerintahan daerah diharuskan dekat kepada masyarakat supaya dapat menampung lebih banyak aspirasi dan aduan dari masyarakat di suatu Kabupaten/Kota.

Menurut penelitian terdahulu oleh (Mulyadi, 2017), tentang strategi komunikasi dengan media oleh Humas Pemerintah Kota Sukabumi, Strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Sukabumi dalam membangun relasi dengan media, yaitu melakukan kontak pribadi atau menjalin kedekatan kepada jurnalis atau media, melaksanakan rencana dan kebijakan yang telah ditetapkan dengan kreatif dan inovatif. Jika Humas ingin meningkatkan citra perusahaan agar lebih baik, maka *Public Relations* harus menciptakan opini dan image yang lebih baik. (Setiyawan, 2017) dalam penelitiannya mengemukakan baik buruk strategi relasi media seorang Humas dapat dilihat dari hubungan Humas pemerintah daerah tersebut kepada beberapa media terutama media local yang ada di wilayah pemerintahan daerah tersebut. Interaksi dari Humas dengan beberapa media massa dapat dilakukan dengan cara mengutamakan kesamaan pemahaman agar apa yang disampaikan oleh pemerintah tersampaikan ke pihak eksternal khususnya masyarakat sejalan dengan yang pemerintah daerah inginkan.

Penelitian ini juga megacu pada beberapa jurnal internasional yang sudah ada antara lain jurnal dari (Kriyantono, 2019), dengan judul "*Research Strategies and Media Relations in Public Relations Practices*" menyatakan penyediaan informasi yang bagus dan layak kepada orang lain sangat penting dilakukan oleh seorang *Public Relations*. *Media relations* juga harus melakukan observasi tentang apa yang di inginkan oleh media. Selain itu (Haryanti & Rusfian, 2019) "*Government Public Relations and Social Media: Bridging the Digital Divide on People with Social Welfare Problems*" mengatakan bahwa seorang *public relations* pemerintahan harus memiliki banyak cara untuk dapat menjembatani antara pemerintah dengan masyarakatnya, karena dengan media sosial saja tidak lah

cukup apalagi sampai menjangkau masyarakat di daerah pedesaan. Jurnal dari (Hall, 2017) berjudul “*Media Relations in a Changing Media Landscape: A Study of Interviews with Public Relations Practitioners*” menyimpulkan bahwa inovasi digital dapat mempengaruhi hubungan media dengan menyediakan cara yang beragam dan langsung bagi praktisi Humas dan jurnalis untuk terhubung. Namun, tentu harus di dukung dengan membangun dan memelihara hubungan baik secara tatap muka dan tidak menutupi setiap perubahan yang ada, bisa dikatakan bahwa meski sudah ada perkembangan zaman, memelihara hubungan antara seorang *public relations* dengan media lain atau dengan khalayak umum akan lebih baik dilakukan dengan cara tatap muka.

Humas Kabupaten Pati adalah suatu divisi yang termasuk dalam jajaran pemerintahan daerah Kabupaten Pati. Humas Kabupaten Pati ini memiliki fungsi yaitu mengelola beberapa aspirasi/aduan masyarakat, melakukan penyebaran informasi dari acara dan apa yang di atur oleh Pemda, antara lain dalam hal publikasi dan dokumentasi, bidang analisa dan media massa, dan bidang lembaga penyiaran publik. Humas pemerintah daerah/kota memiliki tantangan untuk dapat melakukan publikasi informasi dari pemerintah daerah kepada masyarakatnya guna menampilkan citra baik pemerintah daerah kepada masyarakat luas. Kabupaten Pati merupakan sebuah Kabupaten yang memiliki beragam latar belakang masyarakat, selain itu Kabupaten Pati juga memiliki kondisi geografis yang beragam di dominasi oleh masyarakat pedesaan yang terkadang masih memiliki kesulitan dalam akses informasi yang ada. Hal tersebut tentu menjadi tantangan tersendiri bagi Bidang Humas Kabupaten Pati bagaimana agar segala macam informasi dari pemerintah daerah bisa tersampaikan ke seluruh elemen masyarakat Pati.

Dalam penyebaran informasi dari Pemerintah Daerah tentu Humas Kabupaten Pati memerlukan *media relations* yang baik kepada beberapa media massa, hal tersebut sangat di perlukan untuk menunjang dapat tersampainya informasi, citra baik pemerintah daerah, dan tersampainya aspirasi dari masyarakat, terlebih di Pati sendiri ada beberapa media massa lokal seperti adanya stasiun televisi lokal, beberapa stasiun radio, dan juga beberapa laman berita *online* maka Humas Kabupaten Pati harus bisa melakukan *media relations* dengan baik. Dari beberapa uraian diatas saya memilih judul “Strategi Media Relations Humas Kabupaten Pati dalam melaksanakan publisitas”. Dari penjabaran oleh latar belakang tersebut penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu, bagaimana strategi *media relations* Humas Kabupaten Pati dalam melakukan publisitas.

2. Metodologi

2.1. Pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu kualitatif. dimana hasil atau sumber datanya berasal dari interaksi langsung dengan narasumber.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dimana focus atau tujuan penelitian ini guna mencari tahu atau menelaah tentang bagaimana strategi dari public relations atau humas Kabupaten Pati dalam menjalin komunikasi yang baik dengan media media yang ada guna menampilkan atau membuat citra baik dari Pemerintah Daerah Kabupaten Pati. Sedangkan bagian yang akan diamati dan diteliti adalah Divisi Humas Kabupaten Pati.

2.2. Pengumpulan Data

Teknik pengambilan sampel dengan teknik *non probabilitas*. Pemilihan sampel dilakukan dengan memilih beberapa narasumber yang sesuai dengan dibutuhkan oleh peneliti, maka peneliti memilih narasumber dari anggota Divisi Humas Kabupaten Pati. Data yang digunakan di penelitian ini merupakan data primer yang bersumber langsung dari narasumber dengan melakukan wawancara.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara wawancara serta observasi. Wawancara yang dilakukan adalah semi struktur dan akan dilakukan secara langsung kepada bagian Humas Kabupaten Pati sebanyak kurang lebih 5 orang untuk mendapat informasi yang lebih mendalam dan luas tentang bagaimana strategi media relations dari divisi Humas Kabupaten Pati sehingga dapat dijadikan bahan pembahasan dalam penelitian ini. Untuk observasi akan dilakukan dengan lewat sumber tertulis seperti mencari bukti seperti buku, artikel, atau laporan yang mendukung keabsahan data.

3. Teori

Dalam penelitian ini menggunakan teori media relations, teori ini sesuai dengan penelitian ini dikarenakan di dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi relasi media dan publisitas yang diterapkan oleh Humas Kabupaten Pati, tentu dalam menjalankan fungsi kehumasan tidak lepas dari relasi dengan media terlebih dalam menjalankan publisitas (Putra & Smolek, 2020).

Menurut Andjani (2009), *Media Relations* bisa dikatakan persis dengan mempublikasi, dimana hal tersebut masuk kedalam praktik kehumasan, *media relations* dapat menjadi hal efektif untuk meningkatkan citra baik dari suatu lembaga atau organisasi. Sedangkan (Raharjo, 2005), menjelaskan bahwa media relations erat kaitannya dengan media guna menjalankan publikasi selain itu di fungsikan untuk memberikan respons kepada media perihal informasi. Relasi media adalah kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh *Public Relations* guna melakukan fungsi dimana di dasari oleh suatu tujuan tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat et al., 2020), tentang *Media Relations* menjelaskan beberapa *skill* utama yang harus ada dalam seorang Humas antara lain seorang Humas diharuskan bisa menulis (kegiatan jurnalis) dan memiliki kemampuan untuk dapat berkomunikasi dengan baik, oleh karenanya sangat cocok apabila kegiatan relasi media dalam suatu praktik kehumasan adalah kegiatan yang bersifat jurnalistik, hal itu guna membangun maupun menjaga hubungan dengan media massa. Relasi media bisa mempermudah fungsi *public relations* dalam menyampaikan informasi kepada publik. Karena sebuah relasi dengan media didasarkan oleh beberapa tujuan tertentu (Utami, 2022).

Adanya *media relations* dari praktiksi Humas bukan sekedar sebagai jalur informasi bagi media maupun bagi Humas (Fadillah, 2019), selain itu adanya *media relations* juga bertujuan untuk menambah atau membuat pandangan yang baik bagi suatu lembaga. Jika relasi dengan media berjalan lancar dan baik hal tersebut tentu berbanding lurus dengan citra baik yang akan di dapatkan oleh lembaga dan juga yang di dapat oleh media. Menurut penelitian yang dilakukan (Nurudin, 2007) secara garis besar adanya relasi yang baik dengan media merupakan salah satu cara bagi Humas agar lembaganya mendapatkan citra baik dari masyarakat umum lewat media dimana segala macam pemberitaan dan penyebaran informasi mengenai kebijakan, program program kerja, dan *planning* dari sebuah lembaga dilakukan lewat media media massa yang ada.

4. Temuan dan Pembahasan

Bidang Humas Kabupaten Pati merupakan salah satu bidang dalam jajaran pemerintahan daerah Kabupaten Pati, bidang keHumasan Pemda Kabupaten Pati dalam garis besarnya berperan menjadi jembatan hubungan antara media, masyarakat umum dengan pemerintah kabupaten. Itu semua dilakukan untuk menjalin relasi yang positif dari Pemda kepada beberapa pihak eksternal guna bekerja sama melakukan inovasi inovasi yang baik di wilayah Pati, selain itu bidang Humas dalam struktur pemerintahan daerah Kabupaten Pati juga berfungsi sebagai penampung aspirasi dari masyarakat (Agusti & Anggoro, 2021).

Humas Kabupaten Pati merupakan bidang yang bertanggung jawab dengan informasi informasi dari dalam pemerintah daerah Kabupaten Pati maupun informasi yang masuk ke dalam pemerintah Kabupaten Pati. Informasi dari dalam pemerintah daerah disampaikan kepada masyarakat umum untuk menunjukkan apa saja kegiatan dan juga capaian yang sudah di lakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Pati. Sedang untuk informasi yang di terima oleh Humas Kabupaten Pati dalam bentuk aspirasi digunakan sebagai penentu atau tolak ukur kebijakan yang akan dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Pati, atau dengan kata lain bidang Humas Kabupaten Pati diharapkan bisa menyebarkan atau membuat citra baik pemerintah daerah Kabupaten Pati (Wahyuni & Anshori, 2021a).

Sedang untuk peran publikasi atau publisitas informasi dari dalam pemerintah daerah ke masyarakat umum tentu diperlukan adanya relasi dengan media yang baik, karena media merupakan sarana penyampaian informasi yang utama saat ini (Ruslan, 2018). Untuk hubungan kerjasama Humas Kabupaten Pati dengan media merupakan bentuk hubungan simbiosis mutualisme, dimana media butuh Humas Pemda sebagai informan berita, disisi lain juga Humas butuh media guna menyampaikan beberapa kebijakan dan informasi kepada masyarakat melalui siaran pers dan lain-lain. Strategi relasi media antara Humas Pemda Kabupaten Pati kepada media terbagi dalam dua yaitu dengan cara professional serta melalui pendekatan individu. Lewat cara professional yaitu

pendekatan Humas pemerintah daerah kepada media dalam kebutuhan informasi dan pemberitaan, sedangkan dalam hubungan pendekatan individu merupakan suatu hubungan pribadi pada para jurnalis untuk saling mengakrabkan contohnya dengan bertukar *contact person*, mengajak para jurnalis untuk mengetahui seluk beluk dalam pemerintahan daerah Kabupaten Pati, coffee break dan masih banyak lagi (Agusti & Anggoro, 2021).

Untuk fungsi publisitas bagi Humas pemerintah daerah Kabupaten Pati dilakukan untuk menyebarluaskan informasi atau kebijakan dari Bupati serta dari dalam pemerintah daerah dan juga untuk menginformasikan inovasi inovasi apa saja yang dilakukan oleh Pemda Kabupaten Pati. Informasi yang dipublikasikan didasarkan pada kegiatan Bupati dan jajaran nya serta semua hal/informasi yang berkaitan dengan kemajuan yang telah dicapai untuk Kabupaten Pati (Wahyuni & Anshori, 2021b). Beberapa data/ informasi yang telah di dapat dari beberapa kegiatan itu akan disebarluaskan ke warga Pati lewat konferensi pers, sosial media juga laman berita baik lewat media resmi milik Humas Pemerintah Daerah maupun media massa local daerah Pati. Contoh dari media milik Humas Kabupaten Pati antara lain blog, social media, laman berita online, sedang untuk media massa local adalah seperti lewat koran, radio seperti Pop FM dan Harbos FM, serta stasiun TV local Simpang Lima TV (Wahyudi & Adhani, 2021).

Hambatan dari bidang Humas Kabupaten Pati sendiri adalah soal keadaan geografis daerah Pati yang terdiri dari pesisir dan juga perbukitan. Selain itu rentang usia masyarakat di Kabupaten Pati sendiri juga lebih banyak di isi orang dengan rentang usia 40 – 70 tahun. Untuk mengatasi hambatan tersebut maka dari bidang Humas Kabupaten Pati dengan pemerintah desa di wilayah Kabupaten Pati berintegritas untuk membantu melakukan penyebaran informasi (Khairina & Saleh, 2021). Selain itu di bagian balai desa juga di beri kotak saran untuk menampung aspirasi dari masyarakat Pati. Selain itu di sosial media Bupati dan juga sosial media milik Humas Kabupaten Pati juga memberikan nomor aduan agar pelayanan jajaran pemerintah daerah Kabupaten Pati semakin baik.

5. Penutup

Strategi Humas pemerintah daerah Kabupaten Pati dalam melaksanakan fungsi kehumasan nya dibagi menjadi 3 peranan. Fungsi/ peranan itu antara lain fungsi menjadi PR, menjadi pembangun hubungan yang baik dengan media (media relations), serta fungsi menjadi informan untuk menjalankan fungsi publikasi. Pelaksanaan tugas kehumasan bagi Humas Kabupaten Pati adalah menjadi portal antara Pemda pada bagian penyedia berita/informasi (media). Selain itu bagian kehumasan Kabupaten Pati berperan untuk mengambil informasi dan aspirasi yang bersumber dari warga Pati guna tolak ukur pemerintah sebagai patokan untuk pengambilan beberapa aturan/kebijakan serta untuk menjalankan kebijakan-kebijakan.

Fungsi dari Humas pemerintah daerah bisa dibilang sangat penting apalagi seiring dengan kemajuan masyarakat yang butuh dengan informasi. Peran bidang Humas Kabupaten Pati dikatakan terlaksana dengan baik, dibuktikan dengan sudah meratanya informasi dari dalam pemerintah daerah Kabupaten Pati seperti contoh ketika terjadi pandemi covid-19 dan ada kebijakan untuk vaksin sudah tersampaikan ke seluruh elemen masyarakat di Pati selain itu masyarakat juga bisa mengetahui dimana dan kapan bisa mendapatkan vaksin, selain itu citra baik dari pemerintah daerah Kabupaten Pati juga meningkat dibuktikan dengan situasi wilayah Pati yang damai tanpa adanya kerusuhan bahkan tidak adanya unjuk rasa. Peran Humas Kabupaten Pati sebagai jembatan antara pemerintah daerah dengan masyarakat juga dikatakan berhasil dibuktikan dengan masyarakat yang bisa secara mudah memberikan aspirasinya lewat nomor aduan di sosial media dan dengan meratanya penyebaran informasi dari dalam pemerintah daerah Kabupaten Pati.

Peran Humas Kabupaten Pati dalam melaksanakan fungsi publisitas juga telah dilakukan dengan baik tolak ukurnya adalah tersampainya apa saja kegiatan dan kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Pati serta penyampaian informasi tentang keberhasilan pembangunan di Kabupaten Pati. Dalam fungsi publisitas, Humas Kabupaten Pati menjalankan fungsi tersebut untuk memberikan citra positif pemerintah daerah dan meredam citra negatif masyarakat terhadap pemerintah daerah. Untuk mendukung publisitas Humas Kabupaten Pati melakukan strategi media relations yang baik dimana terdapat komunikasi yang lincer dan baik antara PR Kabupaten Pati kepada awak media sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan hubungan baik dari bidang Kehumasan Kabupaten Pati kepada awak media, jadi informasi/berita yang disebar luaskan lewat beberapa media dan

diterima masyarakat sama seperti apa yang diinginkan oleh Humas Kabupaten Pati dan pemerintah daerah Kabupaten Pati.

References

- Agusti, R., & Anggoro, A. D. (2021). Analisis media relations dinas Kominfo kabupaten Ponorogo (studi tentang kesesuaian isi press release pemberitaan Covid-19 di Ponorogo pada media massa). *COMMICAST*, 2(2), 133–138.
- Andjani, M. D. (2009). Media Relations Sebagai Upaya Pembentuk Reputasi Organisasi. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 45(119), 57–72.
- Fadillah, D. (2019). SOCIAL MEDIA AND GENERAL ELECTION IN SOUTHEAST ASIA (MALAYSIA 2018 AND INDONESIA 2019). *Jurnal Komunikasi: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i1.255>
- Fadillah, D., Nuryana, Z., Sahuddin, M., & Hao, D. (2019). International-Cultural Communication of the Saman Dance Performance by Indonesian Students in Nanjing. *International Journal of Visual and Performing Arts*, 1(2). <https://doi.org/10.31763/viperarts.v1i2.70>
- Fahri, M.-5256-1-P. pdfhanna, E., & Unde, A. A. (2018). DI ERA KETERBUKAAN INFORMASI PADA SEKERTARIAT DPRD PROVINSI SULAWESI TENGAH Analysis of Government Public Relations Role and Function in Global Information Era at Legislative House Central Sulawesi Province. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(2), 175–183.
- Hall, T. (2017). *Media Relations in a Changing Media Landscape : A Study of Interviews with Public Relations Practitioners*.
- Haryanti, S., & Rusfian, E. Z. (2019). Government Public Relations and Social Media: Bridging the Digital Divide on People with Social Welfare Problems. *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)*, 22(2), 128. <https://doi.org/10.22146/jkap.34602>
- Hidayat, D., Gustini, L. K., & Dias, M. P. (2020). Digital Media Relations Pendekatan Public Relations dalam Menyosialisasikan Social Distancing di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 257. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3575>
- Khairina, S. L., & Saleh, A. (2021). The role of the ambassador of The BKKBN planning generation in socializing the Family Planning Program in North Sumatera. *COMMICAST*, 3(1), 153–157. <https://doi.org/10.12928/commicast.v3i1.3509>
- Kriyantono, R. (2019). Research Strategies and Media Relations in Public Relations Practices. *Jurnal Komunikatif*, 8(2), 178–190. <https://doi.org/10.33508/jk.v8i2.2287>
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 51–60.
- Mulyadi, A. (2017). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Sukabumi Dalam Menjalin Relasi Dengan Media. *Jurnal Ilmiah UMMI*, XI(03), 45–50.
- Nurudin. (2007). Menuju Era Komunikasi Massa. *Pengantar Komunikasi Massa*.
- Pratiwi, N. E., Mayopu, R. G., & Huwae, G. N. (2015). Aktivitas Media Relations Humas Setda Kota Salatiga dalam Membentuk Berita Positif. *Jurnal ASPIKOM*, 2(5), 330. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i5.85>
- Putra, F. D., & Smolek, S. (2020). Peace language and conflict resolution in harmony communication. *International Journal of Communication and Society*, 2(2), 86–93. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i2.134>
- Raharjo, R. S. (2005). *Latar Belakang Media Relations Di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif Terhadap Kegiatan Media Relations Tvri Yogyakarta Dan Jogja Tv)*. 09, 27–36.
- Ruslan, R. (2018). Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. In *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*.
- Setiawan, Y. (2017). *STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN GROBOGAN DALAM MELAKSANAKAN PUBLISITAS (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations*

Humas Pemerintah dalam Melaksanakan Publisitas di Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupat. 1–14.

- Utami, N. T. (2022). The role of social media instagram community to tourism promotion in Baubau city. *COMMICAST*, 3(1), 67–74.
- Vivian, J., Zarrella, A., Emmi, G., & De Carli, M. (2017). An evaluation of the suitability of lumped-capacitance models in calculating energy needs and thermal behaviour of buildings. *Energy and Buildings*, 150, 447–465. <https://doi.org/10.1016/j.enbuild.2017.06.021>
- Wahyudi, D., & Adhani, A. (2021). Public relations campaign strategy PT. Pelindo 1 in socializing the Porting Business. *Commicast*, 2(1), 71. <https://doi.org/10.12928/commicast.v2i1.3151>
- Wahyuni, I., & Anshori, A. (2021a). Student response of Medan State University to independent campus discussion. *Commicast*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.12928/commicast.v2i2.3352>
- Wahyuni, I., & Anshori, A. (2021b). Student response of Medan State University to independent campus discussion. *COMMICAST*, 2(2), 110–116.