

Efektivitas Press Tour dalam Mempertahankan Citra Instansi Melalui Humas Kanwil Kemenkumham NTT

The Effectiveness of Press Tour in Maintaining Agency Image through Public Relations of the Regional Office of the Ministry of Law and Human Rights of NTT

Wenny Christina Alma Regho¹, Rosalia Virginia Gaa Rada², Putri Ayu Dwi Ningsi Bunga Nawa³, Donna Isra Silaban⁴

Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia¹

Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia²

Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia³

Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia⁴

Abstrak

Humas Kanwil Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki peran penting dalam membangun citra positif instansi melalui strategi media relations. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui kegiatan press tour, di mana humas berinteraksi langsung dengan media massa untuk menyampaikan informasi terbaru tentang aktivitas dan perkembangan instansi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi media relations, khususnya press tour, dalam meningkatkan citra positif Kanwil Kemenkumham NTT. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa press tour yang dilaksanakan oleh Humas Kanwil Kemenkumham NTT efektif dalam menjalin hubungan baik dengan media dan menyebarkan informasi yang kredibel kepada publik. Kerjasama dengan media terakreditasi dan pendekatan personal dalam menjalin hubungan dengan media massa terbukti meningkatkan kepercayaan publik terhadap instansi. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi media relations melalui press tour dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun dan mempertahankan citra positif instansi pemerintah.

Kata kunci: Press Tour¹, Citra², Humas³, Kanwil Kemenkumham NTT⁴

Abstract

Public Relations of the Regional Office of the Ministry of Law and Human Rights (Kemenkumham) of East Nusa Tenggara (NTT) has an important role in building a positive image of the agency through a media relations strategy. One of the efforts made is through press tour activities, where public relations interacts directly with the mass media to convey the latest information about the activities and developments of the agency. This study aims to evaluate the effectiveness of media relations strategies, especially press tours, in improving the positive image of the Regional Office of the Ministry of Law and Human Rights of NTT. The research method used was qualitative, with in-depth interviews as the main data collection technique. The results showed that the press tour carried out by the Public Relations of the Regional Office of the Ministry of Law and Human Rights of NTT was effective in establishing good relations with the

media and disseminating credible information to the public. Cooperation with accredited media and a personal approach in establishing relationships with mass media have proven to increase public trust in the agency. These findings suggest that a media relations strategy through press tours can be an effective tool for building and maintaining a positive image of government agencies.

Keywords: *Press Tour¹, Image², Public Relations³, Regional Office of the Ministry of Law and Human Rights NTT⁴*

PENDAHULUAN

Profesi humas atau hubungan masyarakat tentu sudah tidak asing lagi di telinga kita. Karena itu, semakin hari praktisi humas semakin diminati karena dinilai sangat strategis dan memiliki peranan penting dalam perusahaan (Maliki, 2023). Menurut Onong (dalam Musyarrofah, 2018) humas atau public relations merupakan kegiatan komunikasi dua arah secara timbal-balik antara suatu organisasi dengan publik lainnya, publik internal maupun eksternal baik, dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi tersebut, dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan memenuhi kepentingan bersama, yang dilandasi atas asas saling pengertian dan saling mempercayai. Humas merupakan manajemen khas yang mendukung pembinaan dan pembangunan upaya saling menguntungkan melalui komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama yang baik antara organisasi atau instansi dengan publiknya (Faridah, 2020). Berdasarkan pengertian para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi dua arah antara suatu organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal, dikenal sebagai humas. Komunikasi ini dilakukan untuk mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi dan meningkatkan kerja sama dan memenuhi kepentingan bersama. Humas merupakan manajemen khas yang mendukung pembinaan dan pembangunan upaya saling menguasai.

Selain dari pengertiannya, humas juga memiliki fungsi sebagai lembaga pemerintahan, yaitu menjalankan pelayanan informasi publik dan menindaklanjutinya dalam berbagai bentuk aktivitas komunikasi. Hal ini dilakukan melalui upaya mempertahankan maupun meningkatkan dukungan publik, persepsi citra, dan reputasi lembaga yang positif. Layanan informasi ini diwujudkan oleh pemerintah dengan menyediakan akses informasi publik bagi masyarakat melalui saluran yang telah ditentukan (Nugraha et al., 2020). Proses komunikasi bagi humas menjadi kegiatan yang sangat penting dilakukan guna memenuhi kebutuhan hidup. Adanya komunikasi yang dibangun maka terjadilah interaksi yang diinginkan. Humas memiliki peran yang penting guna membangun relasi dengan publik baik secara khusus atau umum. Kegiatan kehumasan banyak dilakukan terjun langsung yang berkaitan dengan masyarakat, maka tidak heran jika peran humas dalam membangun relasi

dengan berbagai pihak harus terjalin dengan baik (Prestisiana, 2021). Hubungan pers atau media dengan dunia kehumasan adalah salah satu bentuk kerja sama yang sangat bermanfaat dan lazim dilakukan, terlebih jika di dalam suatu organisasi tersebut ada Humas yang berfungsi mensosialisasikan suatu informasi. Hal ini sangat berguna untuk meningkatkan publisitas organisasi tersebut pada masyarakat yang luas, sehingga lembaga atau perusahaan yang diwakilinya dapat berkembang dan menjalankan visi lembaga yang memiliki tujuan. Dari pernyataan di atas jelas terasa bagaimana pentingnya membangun sebuah hubungan baik antara institusi dengan media. Dalam istilah kehumasan sendiri hal ini sering disebut dengan istilah media relations (Rahmah & Triwoelandari, 2022). Secara keseluruhan, peran yang dimiliki oleh humas dalam lembaga pemerintahan sangat penting untuk membina hubungan yang baik dengan publik, mengembangkan transparansi, dan dapat membangun citra yang positif melalui komunikasi yang efektif dan hubungan dengan media.

Menurut Adnjeni (2019) media relations adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu ataupun profesi humas suatu organisasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (balance). Menurut Pratiwi (2019) media relations dalam pengertiannya merupakan usaha untuk mempublikasikan pesan informasi yang secara maksimum guna menciptakan pengetahuan dan pemahaman khalayak terhadap perusahaan, yang mana kegiatan media relations ini dilakukan secara khusus oleh perusahaan atau organisasi, terutama melalui jobdesk kehumasan atau PR. Media relations merujuk pula pada cara yang dilakukan oleh perusahaan melalui PR nya untuk dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan media massa. Besarnya pengaruh media sebagai pusat informasi saat ini menjadi landasan mengapa perusahaan perlu menjalin hubungan baik dengan media. Sebab hubungan baik akan mempermudah setiap kegiatan terutama dalam konteks publikasi. Lebih dari itu, hubungan yang baik pun bisa dijadikan sebagai investasi yang berguna bagi kegiatan mendatang (Zeyra, 2023). Pada akhirnya, hubungan media relations yang efektif memerlukan keterampilan komunikasi yang baik, pemahaman mendalam tentang dinamika media, dan kemampuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan media massa. Dengan strategi yang tepat, hubungan media dapat berfungsi sebagai alat yang sangat kuat guna mendukung tujuan komunikasi dan reputasi instansi atau perusahaan dimata publik atau khalayak.

Salah satu jenis kegiatan media relations yang paling sering dilakukan oleh instansi atau perusahaan adalah press tour. Menurut Effendy (dalam Suhartini & Elvira, 2019) press tour adalah perjalanan rombongan wartawan

yang diatur oleh kepala hubungan masyarakat suatu instansi atau lembaga untuk meliput suatu peristiwa tertentu. Kegiatan ini direncanakan oleh organisasi atau perusahaan untuk meningkatkan hubungan baik dengan wartawan dan diselenggarakan secara rutin setiap tahun, atau dua kali setahun tergantung pada adanya perubahan yang ingin ditunjukkan pada media. Press tour merupakan kegiatan mengajak wartawan meninjau keadaan lapangan dari kegiatan suatu organisasi (Mulyadi, 2017). Sedangkan menurut Soemirat & Ardianto (dalam Widayarsi & A., 2020) press tour merupakan kegiatan yang dilakukan secara informal guna menjalin keakraban, mengundang wartawan ke instansi atau perusahaan guna mendapatkan informasi terkait dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh instansi tersebut. Melalui kegiatan press tour, instansi atau perusahaan dapat memastikan bahwa komunikasi secara efektif dengan media massa, dapat membangun citra positif, dan mencapai tujuan komunikasi mereka. Dalam konteks ini, Humas (Hubungan Masyarakat) berperan sebagai penyedia inti guna mengatur dan mengelola kegiatan press tour.

Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kanwil Kemenkumham) Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam bidang hukum dan HAM di wilayah NTT. Mengingat pentingnya tugas dan fungsi yang dimiliki, Kanwil Kemenkumham NTT memerlukan strategi komunikasi yang baik guna memastikan bahwa informasi yang akurat dapat sampai ke publik, serta dapat mempertahankan citra positif dari instansi kepada masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui kegiatan press tour yang diselenggarakan oleh Humas Kanwil Kemenkumham NTT. Kegiatan press tour ini tidak hanya mengundang media untuk datang ataupun berkunjung, namun pula memberikan informasi terkait Kanwil Kemenkumham NTT. Press Tour ini melibatkan media yang telah bekerja sama dengan Kanwil Kemenkumham NTT, dengan tujuan menyampaikan informasi terbaru kepada masyarakat melalui media, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap Kanwil Kemenkumham NTT. Media yang telah menjalin Perjanjian Kerja Sama (PKS) dengan Kanwil Kemenkumham NTT adalah Pos Kupang, Timor Express dan Antara News. Media-media ini meliput dan mempublikasikan berita seputar aktivitas Kanwil Kemenkumham NTT.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas *Press Tour* dalam Mempertahankan Citra Instansi Melalui Humas Kanwil Kemenkumham NTT”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Bungin (dalam Sendari & Nurdiarti, 2023) merangkum dan menggambarkan kondisi atau fenomena merupakan tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan dari metode penelitian deskriptif kualitatif adalah menghasilkan deskripsi fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen kunci dan terlibat sepenuhnya dengan informan kunci, yaitu praktisi Humas Kanwil Kemenkumham NTT. Metode yang digunakan meliputi wawancara, pengamatan, dan studi literatur. Peneliti melakukan penelitian dalam kondisi alamiah dan berperan sebagai instrumen kunci dengan bantuan informan kunci untuk mengumpulkan data yang ada di lapangan. Informan dalam penelitian ini adalah Dian Lenggu, selaku Kasubbag Humas Reformasi Birokrasi Teknologi Informasi (HRBTI) yang memberikan informasi melalui wawancara yang dilakukan sebagai bahan untuk memperoleh data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dengan informan, Dian Lenggu, selaku Kasubag HRBTI, pada tanggal 13 Mei 2024, strategi *press tour* yang dijalankan atau dilakukan oleh Humas Kanwil Kemenkumham NTT sangat efektif dalam meningkatkan citra positif dari instansi. Hal ini terutama terlihat dari kerjasama yang baik dengan media massa, baik yang terakreditasi dewan pers maupun non-terakreditasi, yang sangat membantu dalam penyebaran informasi yang tepat dan terpercaya kepada publik atau khalayak.

Strategi komunikasi humas kanwil kemenkumham NTT berfokus pada kerja sama yang dilakukan dengan media dengan menjalin hubungan yang baik dengan setiap media, instansi atau perusahaan dapat memastikan bahwa pesan ataupun informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan tepat. Media yang terakreditasi seperti Timex, Antara News, dan Pos Kupang memiliki peran yang penting dalam hal ini. Media-media ini dipercaya oleh masyarakat karena standar jurnalistik yang mereka terapkan, sehingga informasi yang disebarkan melalui mereka cenderung lebih dapat diterima dan dipercayai oleh publik atau masyarakat.

Namun, kerjasama tidak terbatas pada media terakreditasi saja. Humas Kanwil Kemenkumham NTT juga sangat membuka peluang bagi media untuk bekerja sama dengan media non-terakreditasi. Meskipun media ini mungkin tidak memiliki kredibilitas yang sama dengan media telah terakreditasi, mereka

tetap memiliki jaringan audiens yang luas dan beragam yang dapat dimanfaatkan untuk penyebaran informasi. Dengan demikian, Humas Kanwil Kemenkumham NTT dapat menjangkau lebih banyak orang dan menyampaikan pesan-pesan pentingnya kepada khalayak yang lebih luas.

Press tour yang dilakukan oleh Humas Kanwil Kemenkumham NTT tidak hanya berfungsi selain menyebarluaskan informasi, namun pula sebagai alat atau wadah untuk membangun hubungan baik dengan media. Dalam *press tour*, wartawan diundang untuk melihat langsung aktivitas dan komitmen instansi. Ini memberikan mereka pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana instansi beroperasi dan seberapa serius berkomitmen terhadap tugas dan tanggung jawab yang diemban.

Aceng Abdullah (dalam Suhartini & Elvira, 2019) menjelaskan *press tour* adalah kegiatan mengajak kalangan wartawan untuk berkunjung ke suatu lokasi, baik yang berada di lingkungan maupun ketempat atau lokasi yang memiliki kaitan erat dengan kiprah lembaga tersebut. Melalui *press tour*, wartawan dapat menyaksikan sendiri upaya-upaya yang dilakukan oleh Kanwil Kemenkumham NTT dalam menjalankan tugasnya. Pengalaman langsung ini sangat berharga karena dapat meningkatkan kepercayaan wartawan terhadap informasi yang diberikan oleh instansi. Ketika wartawan melihat sendiri apa yang terjadi di lapangan, mereka lebih cenderung untuk mempercayai dan menyebarluaskan informasi tersebut kepada publik dengan cara yang positif dan konstruktif.

Gambar 1. *Press Tour* pada Hari Bhakti Keimigrasian ke-74



Sumber: Humas Kanwil Kemenkumham NTT, 2024

Gambar di atas merupakan salah satu aktivitas *press tour* yang dilakukan di Kanwil Kemenkumham NTT. Wartawan-wartawan hadir dan meliput acara syukuran Hari Bhakti Keimigrasian ke-74 pada tanggal 26 Januari 2024. Hasil liputan tersebut kemudian dipublikasikan pada media cetak maupun elektronik. Kriyantono (dalam Aditrianto & Sutarso, 2017) mendefinisikan keuntungan dari publisitas yaitu publisitas mengandung kredibilitas tinggi di mata khalayak media, khalayak dianggap lebih mempercayai informasi publisitas yang dikemas dalam sajian berita. Di mata khalayak, informasi atau berita tersebut adalah fakta yang tidak direkayasa, penulis berita (yang menceritakan) bukan perusahaan, tetapi media. Media di mata khalayak dianggap sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya serta informasi atau berita yang disajikan tidak mengesankan berisi pesan-pesan menjual.

Selain *press tour*, kegiatan informal seperti *coffee morning* juga memainkan peran penting dalam strategi *media relations* Kanwil Kemenkumham NTT. Kegiatan ini membantu menciptakan suasana yang lebih akrab dan mengurangi jarak antara humas dan media. Dalam suasana yang lebih santai, komunikasi menjadi lebih mudah dan terbuka. Wartawan merasa lebih nyaman untuk mengajukan pertanyaan dan memberikan masukan, sementara humas dapat menjelaskan berbagai hal dengan lebih jelas dan rinci. *Coffee morning* dan kegiatan informal lainnya tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun relasi yang lebih personal. Program *coffee morning* merupakan ruang untuk berdiskusi dengan para media. Salah satu tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membahas *news today* untuk bahan evaluasi dan juga publikasi (Ridho Aditrianto & Sutarso, 2017). Dalam jangka panjang, relasi yang baik dengan media dapat memberikan banyak manfaat bagi instansi. Media yang merasa dihargai dan dilibatkan akan lebih

mendukung upaya pencitraan positif instansi dan lebih mungkin untuk memberikan liputan yang fair dan seimbang.

Keberhasilan strategi *press tour* dan *media relations* Humas Kanwil Kemenkumham NTT dapat dilihat dari meningkatnya jumlah publikasi positif tentang instansi ini di berbagai media. Publikasi yang positif tidak hanya memberikan citra baik bagi instansi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap mereka. Ketika masyarakat melihat banyak berita positif tentang Kanwil Kemenkumham NTT, mereka cenderung lebih percaya dan mendukung instansi ini.

Gambar 2. Berita terkait Kanwil Kemenkumham NTT



Sumber: google.com

Gambar di atas menunjukkan citra positif dari Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Nusa Tenggara Timur yang tergambar dari

berita-berita positif yang dipublikasikan oleh media-media online. Berangkat dari hal tersebut, lembaga yang sudah baik dan berkualitas, harus diimbangi dengan penempatan Humas yang tepat yang mumpuni dibidangnya. Dengan harapan Humas tersebut dapat menciptakan image yang baik kepada masyarakat dan stakeholder, dengan melakukan hubungan yang harmonis dengan media massa melalui publisitas lembaga dengan memilih media publikasi yang tepat (Mahfuzhah & Anshari, 2018). Jadi publisitas akan lebih dipercaya masyarakat dibandingkan dengan iklan. Fakta tersebut dapat kita lihat respon yang ada dari masyarakat pada saat sebuah surat kabar ataupun televisi yang mempublikasikan sebuah informasi yang mereka kemas ke dalam bentuk berita. Pembaca akan menganggap informasi tersebut sebagai berita yang akurat dan dapat dipercaya. Selain itu, keuntungan dari publisitas terletak pada budget yang jelas lebih murah karena dilaksanakan secara bebas dan tanpa dipungut biaya (Ridho Aditrianto & Sutarso, 2017).

Kepercayaan publik adalah aset yang sangat berharga bagi setiap instansi pemerintah. Dengan kepercayaan yang tinggi, instansi dapat lebih mudah dalam melaksanakan berbagai program dan kebijakan. Publik yang percaya akan lebih mendukung dan berpartisipasi dalam berbagai inisiatif yang dijalankan oleh instansi.

Humas Kanwil Kemenkumham NTT juga sangat responsif terhadap media. Setiap kali ada berita yang tidak sesuai dengan fakta atau yang membutuhkan klarifikasi, humas segera mengambil tindakan untuk memberikan klarifikasi dan memastikan bahwa informasi yang benar disampaikan kepada publik. Tindakan proaktif ini menunjukkan komitmen instansi dalam menjaga transparansi dan akuntabilitas, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan media dan publik terhadap mereka.

Media massa memiliki peran penting dalam mencari kebenaran berita. Setiap berita yang disebarluaskan harus dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, Humas Kanwil Kemenkumham NTT selalu berusaha untuk memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Ketika ada kesalahan atau ketidakakuratan, humas segera melakukan klarifikasi dan memberikan penjelasan yang diperlukan. Ini menunjukkan komitmen instansi terhadap kejujuran dan transparansi.

KESIMPULAN

Press tour dan *media relations* yang diterapkan oleh Humas Kanwil Kemenkumham NTT telah membawa dampak positif dalam meningkatkan citra positif instansi di mata publik. Melalui kerjasama yang baik dengan media

massa, baik yang terakreditasi dewan pers maupun non-terakreditasi, serta berbagai kegiatan *press tour* Humas Kanwil Kemenkumham NTT mampu menyampaikan informasi yang tepat dan terpercaya kepada publik. *Press tour* tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyebarluaskan informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan baik dengan media. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi wartawan untuk melihat langsung aktivitas dan komitmen instansi, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan mereka terhadap informasi yang disampaikan.

Kegiatan informal seperti *coffee morning* juga membantu menciptakan suasana yang lebih akrab antara humas dan media, sehingga memperkuat relasi dari kerja sama yang dibangun oleh humas Kanwil Kemenkumham dengan media. Hal ini sangat penting dalam membangun dukungan media terhadap upaya pencitraan positif instansi. Keberhasilan strategi inipun terlihat dari meningkatnya jumlah publikasi positif tentang Kanwil Kemenkumham di berbagai media dan meningkatnya kepercayaan publik terhadap instansi. Responsifitas yang tinggi terhadap media, dengan memberikan klarifikasi dan penjelasan ketika diperlukan, juga menunjukkan komitmen instansi terhadap transparansi dan akuntabilitas.

Secara keseluruhan, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa melalui komunikasi yang efektif dan hubungan yang baik dengan media, Humas Kanwil Kemenkumham NTT berhasil membangun dan mempertahankan citra positif di mata publik. Ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang terencana dan kerjasama yang kokoh dengan media dalam mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu instansi pemerintah.

REFERENSI

- Adnjani, M. D. (2019). Media Relations Sebagai Upaya Pembentuk Reputasi Organisasi. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 45(119), 57–72. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/majalahilmiahsultanagung/article/view/20>
- Aulia Rahmah, Z., & Triwoelandari, R. (2022). Strategi Media Relations Humas Universitas Ibn Khaldun Bogor Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(4), 2828–6863.
- Faridah, S. (2020). Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19. *EDUSIANA : Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 7(02), 129–139. <http://ejournal.stainim.ac.id/index.php/edusiana>
- Maufuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 137–149. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>
- Maliki, W. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DISHUB JABAR DALAM MENJALANKAN AKTIVITAS MEDIA RELATION. *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 11(1), 3. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379->

- 1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/
- Mulyadi, A. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA SUKABUMI DALAM MENJALIN RELASI DENGAN MEDIA. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Teknologi*, XI(03), 29–36.
- Musyarrowfah, M. (2018). Peran Humas Dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 11–23. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5122>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26407>
- Pratiwi, R. Z. (2019). Strategi Media Relations Pdam Kota Surakarta Dalam Upaya Mempertahankan Citra Perusahaan. *Lentera*, 3(1), 41–63. <https://doi.org/10.21093/lentera.v3i1.1638>
- Prestisiana, G. D. (2021). Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Trenggalek (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Media Relations Humas Diskominfo Sebagai Sarana Komunikasi Publik Di Masa Pandemi Pada Tahun 2020). Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Ridho Aditrianto, & Sutarso, J. (2017). Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Grobogan Dalam Melaksanakan Publisitas (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations Dalam Melaksanakan Publisitas Di Bagian Humas Dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Grobogan). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 51–66. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf> %0Ahttp://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1
- Sendari, A. A., & Nurdiarti, R. P. (2023). Aliran Informasi Serikat Pekerja Rumah Tangga Tunas Mulia dalam Mensosialisasikan RUU Perlindungan PRT. *Jasima: Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*, IV(2), 64–79.
- Suhartini, T., & Elvira, K. M. (2019). Kegiatan Press Tour Sebagai Strategi Media Relations. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 1(1), 64–71. <https://doi.org/10.31599/jmu.v6i1.499>
- Widyasari, I., & A., A. L. (2020). Strategi Media Relations Greenpeace Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Organisasi. *Communication*, 11(2), 143. <https://doi.org/10.36080/comm.v11i2.1171>
- Zeyra, S. H. (2023). PERAN PUBLIC RELATIONS MENJALANKAN MEDIA RELATION DALAM PUBLIKASI PROGRAM KESEHATAN TZU CHI SINARMAS. Doctoral Dissertation, Universitas Nasional, 53–54.