

Sinergitas Aktor Hubungan Masyarakat Dengan Media Dan Masyarakat Dalam Membangun Citra Institusi Perguruan Tinggi

The Synergy of Public Relations Actors with the Media and Society in Building the Image of Higher Education Institutions

Nurhanifah*

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sumatear Utara, Indonesia

Submitted: January 2021; Reviewed: January 2021; Accepted: January 2021

*Corresponding Email: nurhanifah_213@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis sinergitas aktor hubungan masyarakat dengan media dan masyarakat dalam membangun citra institusi perguruan tinggi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Terakhir dilakukan analisa data yang didapatkan dari hasil pengolahan data wawancara. Kemudian dianalisis secara kualitatif. Tahapan analisisnya adalah melakukan reduksi data, menyajikan data dan terakhir mengambil kesimpulan. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan citra insititusi perguruan tinggi, aktor humas harus melakukan sinergitas dengan media dan masyarakat dengan cara berbagi informasi dan data sebagai bentuk keterbukaan. Pemberitaan yang tentang institusi perguruan tinggi. Media telah menjadi tahap yang semakin penting untuk komunikasi eksternal institusi. Hubungan masyarakat telah menjadi industri yang signifikan dan kuat. Para aktor humas bekerja melalui media untuk menyebarkan informasi, persuasi, dan opini kepada publik. Selama ini aktor Humas hanya membangun hubungan dengan media yang bekerja di wilayah yang bersinggungan dengan pekerjaannya. Dengan demikian humas di perguruan tinggi ditempatkan sebagai penghubung untuk terlaksananya kerjasama yang baik antara suatu perguruan tinggi dengan dengan masyarakat.

Kata Kunci: Humas; Sinergitas; Citra; Perguruan Tinggi

Abstract

The purpose of this study was to analyze the synergy of public relations actors with the media and society in building the image of higher education institutions. This type of research is qualitative research, data collection is done by observation and interviews. Finally, the data analysis obtained from the results of interview data processing was carried out. Then analyzed qualitatively. The stages of the analysis are to reduce data, present data, and finally draw conclusions. The findings of this study indicate that in enhancing the image of higher education institutions, public relations actors must synergize with the media and society by sharing information and data as a form of openness. The news about higher education institutions. The media has become an increasingly important stage for the external communication of institutions. Public relations has become a significant and powerful industry. Public relations actors work through the media to disseminate information, persuasion, and opinions to the public. So far, PR actors only build relationships with the media who work in areas that intersect with their work. Thus public relations in higher education are positioned as a liaison for the implementation of good cooperation between a university and the community.

Keywords: Public Relations; Synergy; Image; Higher Education

How to Cite: Nurhanifah. (2021). Sinergitas Aktor Hubungan Masyarakat Dengan Media Dan Masyarakat Dalam Membangun Citra Institusi Perguruan Tinggi. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 3 (3): 1316-1322.



PENDAHULUAN

Sesuai undang-undang tentang Sistem Pendidikan Nasional No 20 Tahun 2013 pasalnya menjelaskan peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, penguasa, dalam organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan (Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional). Perguruan tinggi sebagai suatu lembaga pendidikan keberadaannya ada ditengah-tengah masyarakat. Kehadirannya bagi masyarakat merupakan sebagai sumber ilmu pengetahuan dan agen perubahan yang selalu berkenan memberikan informasi dan temuan ilmiah baru bagi dunia pendidikan. Pendidikan tinggi sebagai sumber ilmu pengetahuan dan agen perubahan, tentunya masyarakat menaruh banyak harapan terhadap suatu karya ilmiah baru yang dihasilkan oleh perguruan tinggi tersebut. Atas dasar itulah perguruan tinggi memiliki tanggungjawab sosial terhadap masyarakat, dimana tanggungjawab itu dimanifestasikan dalam bentuk kegiatan Tri Darma Perguruan Tinggi yakni pendidikan dan pengajaran penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

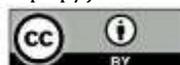
Untuk mewujudkan hubungan antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam memanifestasikan tanggung jawab sosial diatas, maka perlu dibangun suatu komunikasi yang harmonis antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam hal memperlancar berbagai pelaksanaan program institusi. Mengingat di perguruan tinggi terdapat sejumlah orang yang saling melakukan kerjasama dan ketergantungan upaya mencapai tujuan organisasi (Prindle, 2011). Di dalam aktifitasnya disadari atau tidak akan terjadi proses interaksi manusia yang satu dengan manusia yang lain (Suharyanto, 2016; Sahputra, 2020; Sahputra et.al., 2020).

Kerjasama yang dilakukan tersebut tidak terlepas dari kegiatan komunikasi antara sesama mereka yakni antara pimpinan dengan bawahan, antara staf sesama staf atau dengan sesama mahasiswa, juga tidak tertutup kemungkinan interaksi dilakukan ke luar atau masyarakat sebagai pelanggan pendidikan. Dalam kerangka interaksi dan hubungan kerja sama inilah peran humas di perguruan tinggi ditempatkan sebagai penghubung untuk terlaksananya kerjasama yang baik antara suatu perguruan tinggi dengan dengan masyarakat. dengan melalui upaya dan peran humas tersebut diharapkan akan terbinanya hubungan baik antara keduanya, yang akhirnya akan mewujudkan suatu sikap positif terhadap perguruan tinggi (Nasution, 2012).

Meningkatnya persaingan antar perguruan tinggi baik negeri atau swasta maupun dengan institusi pendidikan lainnya yang cukup berat sebuah perguruan tinggi memerlukan citra atau image yang positif di mata publik untuk membangun dan menjaga dan meningkatkan image pada perguruan tinggi (Alhadid, 2016). Humas bertujuan membantu puncak pimpinan mengendalikan usaha-usaha adaptasi organisasi-organisasi pemerintah terhadap tuntutan publik yang semakin berkembang dukungan dan partisipasi masyarakat megemban misi menuju masa depan (Sahputra, 2018; Melni et.al., 2019).

Dalam pemerintahan seperti universitas akan membawa perubahan baru pada pelayanan publik yang lebih baik jika didukung oleh humas yang profesional dalam mendesain berita-berita menarik dengan teori dan tehnik berkomunikasi yang jauh lebih berkembang yang dapat memuaskan publiknya, mengubah image masyarakat tentang pelayanan publik yang kurang memuaskan selama ini terhadap pemerintah, dengan hadirnya humas universitas diharapkan dapat mengubah image negatif berganti pada pelayana publik yang tanggap lembut penuh perhatian, dan keramah tamahan dalam menghadapi publiknya. Meningkatnya persaingan antar perguruan tinggi baik negeri atau swasta maupun dengan institusi pendidikan lainnya yang cukup berat sebuah perguruan tinggi memerlukan citra atau image yang positif di mata publik untuk membangun dan menjaga dan meningkatkan image pada perguruan tinggi.

Di Indonesia, pemerintah memiliki wewenang yang kuat dalam mengatur sektor pendidikan serta mengoperasikan lembaga pendidikan. Untuk itu, salah satu peran humas perguruan tinggi adalah menjalin kerjasama yang baik dengan pihak pemerintah sehingga langkah lembaga pendidikan akan sejalan dengan kebijakan pemerintah (Nasution, 2012). Salah universitas yang saat ini terus mengembangkan kehumasannya adalah UINSU Medan. Namun masih didapati kekurangan dan ketidakefektifan aktor humas dalam membangun citra perguruan tinggi



dikarenakan lemahnya hubungan yang dibangun dengan masyarakat dan media. Sehingga diperlukan upaya menjalin kerjasama untuk membentuk citra universitas yang baik agar dikenal masyarakat dan mempermudah kalangan akademik untuk mengetahui pengelolaan lembaga pendidikan tersebut.

Hubungan dengan media, media massa adalah representasi publik untuk memperoleh informasi karenanya, dimintak atau tidak, media (wartawan) akan mengejar informasi langsung dari publik relations. Kehadiran media menjadi hal yang menguntungkan bagi publik relations (Mukhtar, 2020). Media menjadi mitra yang menguntungkan dalam tiga hal: (1) untuk menyebarkan informasi tentang situasi terkini krisis secara luas dan berulang-ulang. Informasi ini untuk menjelaskan langkah-langkah yang sudah, sedang, dan yang akan dilakukan lembaga sehingga publik merasakan kecukupan informasi; (2) sarana memperoleh umpan balik dari publik. Publik dapat mengungkapkan opininya lewat surat; (3) sebagai sarana memonitor tentang kondisi organisasi isu-isu, produk, pesaing, kecenderungan-kecenderungan (*trend*) maupun lingkungan sosial secara keseluruhan yang tercermin dari berita-berita media (Rakhmat, 2012). Selama ini, belum didapati upaya optimal dalam membangun. Menyikapi permasalahan diatas tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan Sinergitas Humas Dengan Media Dan Masyarakat Dalam Membangun Citra Institusi Perguruan Tinggi Universitas Sumatera Utara.

METODE PENELITIAN

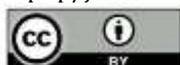
Penelitian ini didesain sebagai penelitian kualitatif karena teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi, peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian. Metode dari penelitian ini ialah metode deskriptif-kualitatif karena metode ini menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*). Penentuan informan kunci dilakukan dengan teknik *purposif*. Teknik *purposif* yakni mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi.

Peneliti terjun langsung kelapangan, bertindak sebagai pengamat, membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Dengan demikian peneliti berusaha mencatat, melukiskan, menguraikan dan melaporkan berbagai hal yang ada di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Adapun untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi yaitu dilakukan untuk menguji kejujuran, subjektivitas dan kemampuan merekam data oleh peneliti di lapangan. Perlu diketahui bahwa sebagian manusia, peneliti sering kali sadar atau tanpa sadar melakukan tindakan-tindakan yang merusak kejujurannya ketika pengumpulan data, atau terlalu melepaskan subjektivitasnya bahkan kadang tanpa kontrol, ia melakukan rekaman-rekaman yang salah terhadap data di lapangan.

Melihat kemungkinan-kemungkinan ini, maka perlu dilakukan triangulasi terhadap peneliti, yaitu dengan meminta bantuan peneliti lain melakukan pengecekan langsung, wawancara ulang, serta merekam data yang sama di lapangan. Hal ini adalah sama dengan proses verifikasi terhadap hasil penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti. Selanjutnya, teknik analisis data dalam kajian ini adalah jawaban dari hasil wawancara oleh informan. Dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus sampai tuntas. Peneliti melakukan analisis data dari hasil transkrip wawancara dengan informan dengan langkah-langkah yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yaitu reduksi data memilah data, membuat tema-tema, mengkategorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, dan mengambil kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada prinsipnya, humas adalah kegiatan organisasi untuk menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat agar mereka sadar dan secara sukarela mendukungnya. Kegiatan humas dengan administrasi pendidikan dapat dipandang dari hakikat administrasi itu sendiri, yaitu sebagai manajemen. Ditinjau dari sudut pandang tersebut, dapat dijumpai pengarahan, pengoordinasian, pengawasan (supervisi), dan pengomunikasian. Berdasarkan uraian tersebut,



dapat disimpulkan kedudukan humas, baik dari sudut pandang manajemen maupun lingkup administrasi pendidikan, yaitu sebagai berikut:

Ditinjau dari sudut pandang administrasi pendidikan, humas adalah bagian atau salah satu komponen kegiatan administrasi pendidikan, dalam hal ini di sekolah. Realisasinya adalah kegiatan yang dilakukan sekolah bersama-sama dengan masyarakat. kegiatan ini diarahkan pada terciptanya kerja sama yang harmonis antara lembaga pendidikan dan masyarakat.

Secara tempat, humas itu merupakan etalase dari UINSU, ketika publik datang maka tempatnya harus nyaman, tetapi ada pemaknaan. Humas itu tidak hanya sekedar untuk menyambut dan memberitakan, sesungguhnya fungsi humas itu adalah mencakup berbagai hal apa saja yang dipublikasikan oleh UINSU itu harus melibatkan media dan masyarakat. Artinya media dijadikan sarana sedangkan masyarakat dijadikan sebagai user (pengguna) sekaligus tempat bersosialisasi (Kent, 2014). Sejauh upaya peningkatan yang dilakukan masih minim, khususnya dalam hal pemberitaan melalui media, dan ini berakibat kepada tidak cukupnya informasi yang diterima oleh masyarakat tentang UINSU. Khususnya terkait prodi-prodi, kompetensi, bahkan *skill* hingga kepada kurikulum. Dari hasil peneliti ini ditemukan bahwa lemahnya sinergitas humas dengan media dan masyarakat dipengaruhi faktor sumber daya manusia, sarana prasarana dan peran praktisi seorang Humas tidak berjalan semestinya, antara lain pendidikan, pengalaman profesi, kepribadian, supervisi, serta kultur yang menganggap humas tidak terlalu prioritas hingga akhirnya tidak terlihat keberadaannya mereka. Padahal upaya sinergitas tersebut dapat dilakukan dengan mengumpulkan informasi yang berguna dari media dan masyarakat untuk meningkatkan citra institusi. Perlu diketahui bahwa citra atau kredibilitas sebuah institusi akan meningkat dilihat dari seberapa banyak praktisi kehumasan banyak melakukan riset untuk mendapatkan informasi.

Dari implementasi kehumasan yang dilakukan oleh institusi perguruan tinggi UINSU sebenarnya sudah memenuhi kebutuhan masyarakat dan media namun perlu tetap di tingkatkan karena sifat informasi dan data sangat dinamis, bisa berubah setiap saat. Rutinitas informasi yang publikasi internal yang telah dilakukan UINSU yaitu informasi mahasiswa dengan seperti, Bidikmisi, Pemerintahan Labura, DIFA, PLN, BI, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, hasil wawancara dengan informan menyatakan bahwa secara umum bahwa media telah menjadi tahap yang semakin penting untuk komunikasi eksternal institusi. Hubungan masyarakat telah menjadi industri yang signifikan dan kuat. Para pelaku utamanya bekerja melalui media untuk menyebarkan informasi, persuasi, dan opini kepada publik atas nama klien mereka. Publisitas adalah tujuan utama. Jaringan, membangun hubungan, produksi berita dan aktivitas dimaksudkan untuk dipublikasikan di media dengan demikian menjadi bagian dari pekerjaan sehari-hari agen humas seperti petugas informasi, konsultan PR, dan spin-doctor. Temuan penelitian ini dimulai dengan menguraikan beberapa keadaan terkait tentang hubungan antara para pihak serta mereka melihat satu sama lain. Pada prinsipnya aktor humas bertujuan untuk menjalin hubungan yang erat dan berkelanjutan dengan jurnalis atau media.

Dalam hal ini, hubungan antara industri humas dan media menunjukkan bahwa aktor humas dan jurnalis sering kali menjalin hubungan yang erat untuk memenuhi kebutuhan bersama (Ericson dkk, 1998). Pengaruh humas muncul dalam berbagai bentuk dalam kehidupan sehari-hari. Relasi dengan media merupakan elemen yang paling kentara dalam Humas, sehingga membentuk pendekatan taktis untuk mempengaruhi pendapat orang lain dan dapat mengubah citra suatu organisasi maupun institusi, sehingga membuat mendapat peluang untuk mempunyai nilai jual.

Namun, selama ini Humas dibangun hubungan dengan media yang bekerja di wilayah yang bersinggungan dengan pekerjaannya. Padahal tujuan hubungan humas dengan media sebenarnya merupakan salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan oleh praktisi humas untuk melakukan hubungan baik dengan media massa agar tidak terlepas dari strategi untuk mengawasi atau meredam pemberitaan buruk mengenai Instansi yang dapat menurunkan citra positif. Anggaran yang terbatas dalam media massa tentu tidak akan menjadi hal yang mengkhawatirkan bagi



seorang praktisi humas jika dapat membina hubungan baik sejak awal dengan instansi-instansi media massa. (Onyiengo, 2014).

Dalam penerapannya yang ada di UINSU seringkali disalahartikan jika membangun hubungan baik dengan media massa harus melalui uang, mungkin memang ada beberapa oknum jurnalis yang meminta uang kepada humas guna peliputannya, namun tidak semua seperti itu. Humas dan media adalah teman yang seharusnya saling membantu dan menguntungkan satu sama lain (Kriyantono, 2019). Hubungan masyarakat dengan masyarakat bersifat kompleks, sekaligus positif dan negatif, dan membutuhkan pemeriksaan yang cermat.

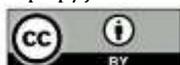
Praktisi hubungan masyarakat bertugas di berbagai tim manajemen di berbagai lembaga, badan, dan badan pemerintah dan di sektor swasta membantu entitas ini mengembangkan kebijakan yang tepat untuk kepentingan publik serta lembaga/organisasi. Perlu langkah konkret penguatan kehumasan. Humas perguruan tinggi UINSU masih jauh dari fungsi idealnya sebagai manajer komunikasi. Peneliti melihat terjadi inkonsistensi antara peraturan kehumasan yang sudah mengadopsi fungsi ideal-manajerial kehumasan dengan kondisi empiris di lapangan, yang masih menempatkan humas sebagai fungsi teknis.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa kehumasan institusi perguruan tinggi mempunyai kendala, yakni (1) kurangnya kualitas SDM yang menguasai teori dan praktik kehumasan, termasuk kapabilitas komunikasi; (2) Belum berada pada struktur yang memungkinkan fungsi manajerial, seperti koordinasi tata kelola komunikasi secara menyeluruh sehingga mereduksi wewenang kehumasan. Memang ada Humas yang memiliki akses langsung dengan pengambil kebijakan meski tidak berada pada struktur yang tinggi, tetapi, akses tersebut diperoleh lebih pada kualitas relasi personal dengan pimpinan, yang tentunya bersifat sementara; (3) Humas dipersepsikan hanya untuk publikasi, relasi dengan media, menyebarkan informasi, beriklan, dan protokoler. Humas pun banyak sebagai *journalist in resident*; (4) Humas lebih fokus untuk publik eksternal. Padahal, menurut teori dan peraturan, humas juga ditujukan untuk publik internal; (5) Akibat keempat kendala itu, anggaran kehumasan pun masih terbatas.

Penguatan kehumasan bisa dilakukan dengan menghilangkan keempat kendala itu, yang akan fungsi kehumasan dapat berjalan sesuai bentuk idealnya. Ada sejumlah jalinan hubungan komunikasi yang menjadi titik perhatian suatu organisasi atau perusahaan, dalam menjaga citra maupun reputasi. Antara lain adalah bagaimana perusahaan membangun dan merawat komunikasi dengan lingkungan internal (*internal relations*), lingkungan penanam modal (*investor relations*), media (*media relations*), pemerintah selaku regulator (*government relations*), dan masyarakat (*community relations*).

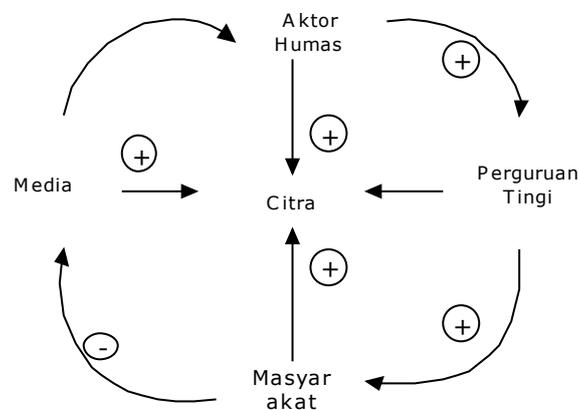
Tugas dan aktor humas tidak lepas dari peran media dan pers. Manfaat terjalannya hubungan dengan media dan pers salah satunya untuk menunjang kegiatan publisitas. Kegiatan seorang aktor humas yang selalu berhubungan dengan masyarakat atau stakeholder lainnya tentu harus memiliki suatu hubungan yang khusus pula dengan media massa yang selalu menjadi konsumsi bagi masyarakat. Era modern yang berkembang dengan pesat menuntut pula seorang aktor Humas untuk lebih proaktif dalam membangun sebuah relasi yang baik dengan beberapa pihak media. Hubungan media adalah suatu usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi Humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan. Teori yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara bahwa Media Relations merupakan bagian dari Public Relations Eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan Media Massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan Publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Humas bertanggung jawab terhadap organisasi/institusinya juga pemberitaan yang disebarkan melalui media dan pers. Kepercayaan dan hubungan timbal balik harus tercipta antara praktisi humas dan kalangan pers agar tercipta hubungan dan kondisi kerja yang harmonis. Keduanya harus selalu bersinergi dalam memberikan pemberitaan dan informasi yang terbuka, jujur, dan akurat bagi publik. Para aktor humas harus memahami “ keinginan “ dan “ melayani “ media juga dapat membantu pers dalam menyediakan materi berita dari institusinya serta membangun hubungan personal yang kokoh. Pers juga membutuhkan peran humas sebagai jembatan penghubung dengan institusi perguruan tinggi yang diwakili oleh humas tersebut.



Untuk meningkatkan citra insititusi perguruan tinggi, aktor humas harus menguasai teknologi informasi dan komunikasi, termasuk di dalamnya media sosial sehingga dapat mengetahui kebutuhan publik. Humas tidak boleh membeda - bedakan para pelaku media dan pers, semua media dan pers diperlakukan adil. Semua harus mendapat informasi yang sama dari humas terkait pemberitaan, kebijakan dan hal lainnya mengenai institusi tempat humas bernaung. Selain itu humas juga harus menciptakan hubungan kerja yang professional. Para praktisi humas selayaknya juga membekali dirinya dengan kemampuan jurnalisme, seperti: meliput, melakukan wawancara, fotografi dan menulis berita. Untuk pendekatan kepada praktisi media dan pers, juga bisa melalui kegiatan Pers Tour, Konferensi Pers.

Dengan sikap profesional dan saling mendukung diantara aktor humas dan media serta bertujuan memberikan keterbukaan informasi, sangat diyakini bahwa kedua belah pihak dapat menciptakan sinergitas secara maksimal dalam menyediakan pemberitaan bagi publik seputaran dengan pemberitaan dan informasi akademik (Nwanne, 2015). Adapun bentuk sinergitas yang dapat dibangun terlihat dalam grafik berikut ini:



Gambar 1. Sinergitas Humas, Media Dan Masyarakat Dan Perguruan Tinggi Dalam Meningkatkan Citra Institusi

Gambar 1, menunjukkan bahwa untuk meningkatkan citra institusi aktor humas harus dapat bersinergi dengan perguruan tinggi media, dan masyarakat secara positif. Artinya dalam aktifitas kehumasan ketiga variabel tersebut saling mempengaruhi dan melengkapi dalam memberikan data dan informasi akademik.

SIMPULAN

Untuk meningkatkan citra insititusi perguruan tinggi, aktor humas harus melakukan sinergitas dengan media dan masyarakat dengan cara berbagi informasi dan data sebagai bentuk keterbukaan. Pemberitaan yang tentang institusi perguruan tinggi. Media telah menjadi tahap yang semakin penting untuk komunikasi eksternal institusi. Hubungan masyarakat telah menjadi industri yang signifikan dan kuat. Para aktor humas bekerja melalui media untuk menyebarkan informasi, persuasi, dan opini kepada publik. Namun selama ini aktor Humas hanya membangun hubungan dengan media yang bekerja di wilayah yang bersinggungan dengan pekerjaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhadid, Y.A. (2016). The Role of Public Relations on Company Image: Social Media as a Moderating Variable: A Case Study at the Applied Science Private University at Jordan. *National Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*. 6(4), 310-317
- Ericson, E. H. (1998). *Identitas dan Siklus Hidup Manusia*. Bunga Rampai Penerjemah: Agus Cremers. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kent, M. (2014). Problems With Social Media In Public Relations: Misremembering The Past And Ignoring The Future. *International Journal of Interdisciplinary Research*. 3(2), 1-5
- Kriyantono, R. (2019). Research Strategies and Media Relations in Public Relations Practices. *Jurnal KOMUNIKATIF*, 8(2), 103-105
- Melni, A., Hasibuan, E.Y. & Suharyanto, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran @Lapo Mandailing Coffee Pada Media Sosial Instagram di Kecamatan Panyabungan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 1(1) 2019: 12-17
- Mukarom, Z. (2015). *Manajemen Public Relations (Panduan Efektif Pengelolaan Masyarakat)*. Bandung : Pustaka Setia
- Mukhtar, Risnita, and Juniarni, C. (2020). Public Relation Management In Developing Organizational Behavior. *International Journal of Educational Review*. 2(1), 18-29
- Nasution, Z. (2012). Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi: Kajian Teori Dan Studi Multikasus Implementasi Program Humas. *Artikel*, Universitas Muhammadiyah Malang
- Nwanne, U.B. (2015). Substantiating Public Relations Contributions To Organizational Success In Nigeria's Banking Sector. *International Journal of International Relations, Media and Mass Communication Studies*. 1(4), 21-29
- Onyiengo, I. S. (2014). Effectiveness of Communication Media Used by the Public Relations Department in Facilitating Effective Internal Public Relations at the Kerio Valley Development Authority in Kenya. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(9), 108-117
- Prindle, R. (2011). A Public Relations Role in Brand Messaging. *International Journal of Business and Social Science*. 2(18), 32-36
- Rachmat, K. (2012). *Publik relation dan crisis manajemen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sahputra, D. (2018). Analisis Komunikasi Organisasi Partai Politik Islam. *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Budaya*, 9(1), 52-68.
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 152-162.
- Sahputra, D., Muda, I., Hidayat, T. W., & Waridah, W. (2020). Social Media and Civil Society in the Governor's Election of North Sumatera 2018. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(1), 10-17.
- Suharyanto, A., (2016), Surat Kabar Sebagai Salah Satu Media Penyampaian Informasi Politik pada Partisipasi Politik Masyarakat, *Jurnal Administrasi Publik*, 6 (2): 123-136.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional

