
PROSES KOMUNIKASI HUMAS POLDA SUMBAR (Studi Deskriptif Humas Yang Objektif, Dipercaya dan Partisipasi)

Sahman¹, Ernita Arif², & Elva Rona Ningroem³

¹Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Andalas Padang

^{2,3}Dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Andalas Padang

Email: sahmannaution46@gmail.com, arifernita@yahoo.co.id,
& elvarona80@gmail.com

Abstract

This study aims to describe and analyze the process of drafting the message, the process of delivering messages, receiving the message itself for the public and finding obstacles and proposing communication in the form of providing information in the West Sumatra Police Public Relations environment. This research was conducted using qualitative methods. Public Relations in other terms also called Public Relations (PR) is the main branch in the study of communication science. Communication skills are the main things that must be developed both academically and in operational activities. In the world of Public Relations (PR) communication is the main expertise that must be owned by a public relations officer, with the communication expected to have similarities between the organization and the public and the formation of favorable public opinion, so that public relations in West Sumatra Police can promote how the process of communication is objective, trusted and participation.

Keywords: *Communication, Objective, Trusted and Participation Processes.*

A. PENDAHULUAN

Kepolisian Daerah Sumatera Barat (POLDA SUMBAR) merupakan salah satu institusi pemerintah yang menjadi sorotan masyarakat di Ranah Minang karena adanya beberapa oknum anggota Polri melakukan perbuatan melanggar hukum, dan akibatnya prestasi Korps Polri dalam bidang Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (KAMTIBMAS) yang tertutupi oleh berbagai isu atau rumor yang berkaitan dengan penyelewengan oknum aparat kepolisian. Hal ini menyebabkan citra kepolisian yang ada dimasyarakat menjadi jelek, seolah-olah citra kepolisian tidak ada yang positif. Salah satu faktor yang menyebabkan turunnya citra polisi dimata masyarakat yaitu karena adanya beberapa pelanggaran yang dilakukan oleh beberapa oknum Polri itu sendiri, sehingga dengan adanya pelanggaran tersebut yang dilakukan oleh salah satu oknum Polri maka efek jeleknya akan merambat ke seluruh anggota Polri.

Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) yang ada di seluruh Indonesia. Saat ini dituntut untuk menjadi agen perubahan pada individu atau kelompok yang terlibat dalam merencanakan perubahan dan mengimplementasikannya. Agen perubahan tersebut berperan sebagai *role model*. Tidak hanya sebagai *role model* saja, namun harus memiliki strategi dalam perubahan untuk mengubah secara sistematis dan konsisten dari sistem dan mekanisme kerja organisasi serta proses pikir (*mind set*) dan budaya kerja (*culture set*) individu atau unit kerja didalamnya agar menjadi lebih baik sesuai dengan tujuan dan sasaran reformasi birokrasi, terutama didalam reformasi birokrasi di tubuh POLRI serta sesuai dengan fungsi yaitu sebagai pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat serta sebagai aparat penegakan hukum yang profesional.

Petugas Humas Polri dalam menjalankan kewajiban memberikan informasi secara transparan, dengan mengacu pada pasal 7 Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), dan pasal 4 Peraturan Komisi Informasi Nomor 1 Tahun 2010, diwajibkan setiap pejabat pemerintah minimum memiliki kewajiban untuk membuat peraturan mengenai standar prosedur operasional dalam menjalankan kewajiban memberikan informasi publik, menunjuk Petugas Pengaturan Informasi dan Dokumentasi, dan secara berkala membuat daftar informasi publik yang dikelola oleh badan publik tersebut. Selain itu, Humas Polri juga memiliki peraturan Kepala Kepolisian Republik Indonesia (KAPOLRI) tentang tata cara pelayanan informasi publik dilingkungan Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) Nomor 24 tahun 2011 tentang perubahan atas peraturan Kepala Kepolisian Republik Indonesia (KAPOLRI) Nomor 16 tahun 2010.

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat lokasi di kantor Kepolisian Daerah Sumatera Barat (POLDA SUMBAR) yang saat ini sudah masuk pada wilayah bertipe A, dalam urusan pelayanan kepada masyarakat serta mengembangkan inovasi dalam berbagai pelayanan keamanan dan ketertiban. Artinya seluruh personil di Polda Sumbar harus bekerja dengan baik dalam menunjukkan profesionalitasnya di tengah

masyarakat pula. Berubahnya tipe wilayah pengamanan tersebut, juga tak lepas dari Proses komunikasi Humas yang dibangun di Kepolisian Daerah Sumatera Barat. Salah satunya adalah dengan mengoptimalkan fungsi humas dalam mengkomunikasikan penyelenggaraan tugas-tugas dan pelayanan masyarakat serta interaksi dengan masyarakat. Dengan revitalisasi kehumasan, humas diharapkan dapat berperan sebagai *conselor*, *advisor*, dan *interpreter* suatu lembaga.

Sebagai *Conselor*, humas berperan sebagai konsultan bagi top manajemen lembaga. Sementara dalam *Advisor* peran humas sebagai penasihat bagi top manajemen lembaga, dan sebagai *Interpreter*, humas harus mampu menerjemahkan kebijakan top manajemen dan aspirasi publik lembaga. Sehingga peran humas bukan sekedar juru bicara, tetapi komunikator lembaga yang menyampaikan pesan, selain bersifat informatif, persuasif, komunikatif, dan mendorong terjadinya saling pengertian (*mutual understanding*) antara lembaga dan publiknya. Dalam menjalankan tugasnya Polda Sumbar tidak mungkin berhasil mencapai tujuannya tanpa dukungan masyarakat, oleh karena itu humas merupakan suatu bidang yang sangat luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Keberadaan humas di Polda Sumbar yang berfungsi sebagai mediator yang menjembatani kepentingan atau dilingkup institusi harus senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra positif kepada publik, sebab kehadiran Kepolisian tidak dapat dipisahkan dari supra sistem yang melingkupinya yaitu masyarakat.

Observasi yang telah peneliti lakukan beberapa waktu lalu, humas di Polda Sumbar memiliki sifat membina dan mengembangkan partisipasi masyarakat. Polda Sumbar juga berusaha bekerja serba transparan, dalam memberikan informasi yang berkenaan dengan penyelenggaraan kebijakan di Polda Sumbar. Dalam hal ini humas di Polda Sumbar berusaha menyuguhkan berbagai informasi dan mengkomunikasikannya atau mensosialisasikannya sesuai dengan keinginan masyarakat, sebab pada dasarnya polisi adalah pelayan masyarakat yang harus memberikan pelayan dan mengabdikan kepada

masyarakat. Humas Polda Sumbar didalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, dengan fungsi penyelenggaraan penerangan yang meliputi pengelolaan dan penyampaian informasi, termasuk kerja sama atau kemitraan dengan media massa berikut komponennya dan juga memberikan informasi kepada masyarakat tentang hukum serta peraturan yang berlaku atau kejadian gangguan kamtibmas yang terjadi.

Dalam penyampaian informasi, humas Polda Sumbar tetap berpedoman kepada peraturan yang berlaku sehingga tidak keluar dari ranah yang telah ditentukan oleh peraturan itu sendiri, ada beberapa jenis informasi yang beragam diantaranya adalah informasi setiap saat, informasi serta merta, informasi berkala dan informasi yang dikecualikan, dari jenis informasi ini semuanya wajib diberikan kepada public dan ada satu informasi yang tidak bisa diberikan yaitu pada informasi dikecualikan. Berpatokan dari hal itu membuat humas Polda Sumbar berusaha menjadi pelayan publik yang bernilai lebih dimata masyarakat.

Dari berbagai pembahasan tentang unsur-unsur yang mempengaruhi kinerja kepolisian dalam memberikan informasi, menegakkan peraturan, keamanan serta pelayanan kepada masyarakat, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana proses komunikasi yang dibangun humas Polda Sumbar sebagai humas yang di tuntut untuk bersikap objektif, dipercaya dan partisipasi.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Komunikasi

Menurut pendapat Effendy (2000:13), "Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan.

Menurut Mangkunegara (2009:145), mengemukakan bahwa Komunikasi adalah suatu proses pemindahan suatu informasi, ide, pengertian dari seseorang kepada orang lain dengan harapan orang lain tersebut dapat menginterpretasikannya sesuai dengan tujuan yang dimaksud.

Sedangkan Berelson dan Steiner (dalam Sendjaja, 2009:10) mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: "Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lainnya melalui penggunaan simbol- simbol, seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain".

Selanjutnya, komunikasi adalah pengalihan suatu pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami (Liliweri, 2008:4). Menurut Siporin (Hasan, 2005:18), mengemukakan pendapat yaitu "Komunikasi adalah proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih, dan di dalam proses itu terjadi kegiatan- kegiatan member/mengirim, menerima, dan menanggapi pesan-pesan di antara orang-orang yang berinteraksi".

Jadi komunikasi itu adalah sebagai suatu proses penyampaian pikiran, perasaan dari komunikatee ke komunikator melalui pesan-pesan yang disampaikan atau kata lain pertukaran informasi antara dua orang atau lebih.

2. Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi institusi dalam menjalankan setiap tugas dan kewajibannya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Institusi harus mampu menjalin komunikasi yang harmonis dengan publiknya baik internal maupun eksternal agar visinya dapat tercapai. Komunikasi membutuhkan proses yang sistematis agar tercipta kesamaan makna.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), proses berarti rangkaian tindakan, pembuatan atau pengolahan yang menghasilkan produk. Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin "communis" yang artinya membuat

kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Cangara, 2016:20). Menurut Book dalam Cangara berpendapat bahwa komunikasi sebagai proses transaksi dalam hubungan antar manusia. "Komunikasi merupakan suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antarsesama manusia melalui pertukaran informasi, untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku" (Cangara, 2016: 22).

Berger dan Luckman (1990: 34) mengatakan "bahwa dalam proses komunikasi diperlukan interaksi, karena manusia tidak dapat bereksistensi dalam kehidupan sehari-hari tanpa secara terus-menerus berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain".

Pada penelitian ini fokus penelitian yang diangkat mengenai Proses Komunikasi Humas di Polda Sumbar dalam menganalisis humas yang objektif, dipercaya dan partisipasi. Sebagai alat bantu untuk menganalisis temuan di lapangan, peneliti menggunakan model proses komunikasi Courtland L. Bovee dan Jhon V. Thil dalam meneliti proses komunikasi yang dilakukan Humas di Polda Sumbar dalam menganalisis kinerja humas yang objektif, dipercaya dan partisipasi dan *glamour theory* untuk meneliti penyusunan pesan yang dilakukan oleh Humas di Polda Sumbar.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Afrizal (2014:173), penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur ilmiah untuk menghasilkan pengetahuan tentang realitas sosial dan dilakukan dengan sadar dan terkendali.

Denzin dan Lincoln sebagaimana dikutip Pujileksono (2015:36), menjelaskan penelitian kualitatif bekerja dalam *setting* yang alami, yang berupaya untuk memahami dan memberi tafsiran pada fenomena yang dilihat dari arti yang diberikan orang-orang kepada peneliti. Lebih lanjut, Pujileksono

memaparkan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan mengungkapkan serta menggambarkan dan menjelaskan realitas sosial yang terjadi.

Pendekatan kualitatif digunakan karena pendekatan ini dapat memahami dan menjelaskan realitas sosial yang ditemukan dalam proses penelitian. Pendekatan ini dianggap tepat untuk mendapatkan pemahaman secara holistik dan alamiah melalui proses wawancara yang mendalam, observasi dan dokumentasi.

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Kriyantono (2006:69), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta tertentu. Penelitian ini berupaya menggambarkan Proses Komunikasi Humas Polda Sumbar (Studi Deskriptif Humas Yang Objektif, Dipercaya dan Partisipasi).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan sebagai pelayan masyarakat Humas di Polda Sumbar berkewajiban menyampaikan seluruh informasi kepada masyarakat yang memiliki hak untuk mendapatkan pelayanan dari pihak kepolisian sehingga. Informasi atau pesan dapat diterima oleh khalayak dalam suatu proses komunikasi tidak saja ditentukan oleh isi pesan saja tetapi oleh semua komponen yang mendukung terjadinya proses komunikasi. Komunikasi yang dilaksanakan oleh Humas di Polda Sumbar tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh komponen atau elemen komunikasi yaitu:

1. Komunikator adalah Humas di Polda Sumbar.
2. Pesan, yakni sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan yang disampaikan oleh Humas Polda Sumbar kepada penerima adalah semua informasi kepolisian yang terdiri layanan dan kegiatan kepolisian.
3. Media/saluran, yakni alat atau sarana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam penelitian

ini, media yang digunakan media komunikasi langsung berupa alat-alat yang digunakan untuk membantu Humas di Polda Sumbar dalam menyampaikan informasi secara langsung.

4. Penerima/komunikasi, yakni pihak yang menjadi sasaran pesan. Penerima pesan pemilu dalam penelitian ini adalah Organisasi masyarakatan.
5. Pengaruh atau efek, yakni perbedaan antara yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku masyarakat.

Peneliti melihat bahwa sosialisasi yang dilakukan Humas Polda Sumbar mengarah pada proses komunikasi yang melibatkan seluruh elemen komunikasi sebagai tahapan berlangsungnya arus informasi dari sumber pesan kepada penerima. Laswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi dengan menjawab pertanyaan yaitu "*Who Says What In Wich Chanel To Whom With What Effect?*" (Effendy, 2011:10).

Model Proses komunikasi Courtland L. Bovee dan Jhon V. Thil dalam bukunya *Business Communication Today* terdiri atas enam tahap, yaitu, tahap pertama, pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan. Artinya, sebelum proses penyampaian pesan, komunikator menyiapkan ide atau gagasan terkait apa yang akan disampaikan kepada *audience*. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas di hadapan komunikator.

Dalam tahap ini, peneliti ingin mengetahui rancangan (perencanaan) kegiatan Humas di Polda Sumbar tentang pesan-pesan penting yang akan disampaikan, pihak yang akan menjadi pelaksana dan pemateri kegiatan, jadwal kegiatan dan penentuan khalayak sasaran serta metode komunikasi yang digunakan serta berbagai persiapan dalam pelaksanaan pemberian informasi kepada semua pihak sehingga Humas di Polda Sumbar mampu memberikan kinerja Humas yang objektif, dipercaya dan partisipasi.

Tahap kedua, pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan. Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna sehingga komunikator harus memperhatikan subjek yang ingin disampaikan, maksud, *audiens*, gaya personal dan latar belakang budaya. Sesuai dengan fokus penelitian, di Polda Sumbar dalam tahap ini mempersiapkan informasi dan mengemas pesan pemilihan yang akan disampaikan kepada kemasyarakatan.

Tahap ketiga, pengirim menyampaikan pesan. Setelah komunikator membuat pesan, tahap selanjutnya memilih media komunikasi sebelum menyampaikan pesan kepada komunikee. Dalam komunikasi yang sifatnya tatap muka, diperlukan media pendukung untuk membantu Humas di Polda Sumbar dalam menyampaikan pesan kepada Ormas. Dalam tahap ini, peneliti ingin melihat proses yang dilakukan Humas dalam menyampaikan pesan berikut alat bantu yang digunakan.

Tahap keempat, penerima menerima pesan. Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima menerima pesan tersebut. Hal ini berarti, dalam komunikasi yang sifatnya tatap muka, komunikee sebagai audiens harus dapat mendengar pesan yang disampaikan komunikator dan memahami pesan-pesan yang disampaikan. Dalam tahap ini, Kemasyarakatan menerima pesan pemilihan yang disampaikan oleh Humas di Polda Sumbar Tahap kelima, penerima menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di benak pikiran si penerima pesan. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan yang dimaksud oleh pengirim pesan. Tahap keenam, penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik. Umpan balik merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan komunikator untuk menilai keberhasilan komunikasi (Purwanto, 2006:11-13). Dalam Proses Komunikasi yang dilakukan oleh Humas di Polda Sumbar,

target terakhir komunikasi dalam mampu memberikan kinerja Humas Yang objektif, dipercaya dan partisipasi.

Observasi yang telah peneliti lakukan beberapa waktu lalu, humas di Polda Sumbar, memiliki sifat membina dan mengembangkan partisipasi masyarakat. Polda Sumbar juga berusaha bekerja serba transparan, dalam memberikan informasi yang berkenaan dengan penyelenggaraan kebijakan Polda Sumbar. Dalam hal ini humas di Polda Sumbar berusaha menyuguhkan berbagai informasi dan mengkomunikasikannya atau mensosialisasikannya sesuai dengan keinginan masyarakat, sebab pada dasarnya polisi adalah pelayan masyarakat yang harus memberikan pelayan dan mengabdikan kepada masyarakat.

Humas Polda Sumbar didalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, dengan fungsi penyelenggaraan penerangan yang meliputi pengelolaan dan penyampaian informasi, termasuk kerja sama atau kemitraan dengan media massa berikut komponennya dan juga memberikan informasi kepada masyarakat tentang hukum serta peraturan yang berlaku atau kejadian gangguan kamtibmas yang terjadi.

Dalam penyampaian informasi, humas Polda Sumbar tetap berpedoman kepada peraturan yang berlaku sehingga tidak keluar dari ranah yang telah ditentukan oleh peraturan itu sendiri, ada beberapa jenis informasi yang beragam diantaranya adalah informasi setiap saat, informasi serta merta, informasi berkala dan informasi yang dikecualikan, dari jenis informasi ini semuanya wajib diberikan kepada publik, sementara ada satu informasi yang tidak bisa diberikan yaitu pada kategori informasi dikecualikan. Berpatokan dari hal itu membuat humas Polda Sumbar berusaha menjadi pelayan publik yang bernilai lebih dimata masyarakat.

Dari berbagai pembahasan tentang unsur-unsur yang mempengaruhi kinerja kepolisian dalam memberikan informasi, menegakkan peraturan, keamanan serta pelayanan kepada masyarakat, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana proses komunikasi yang dibangun

humas di Polda Sumbar sebagai humas yang di tuntut untuk bersikap objektif, dipercaya dan partisipasi.

E. KESIMPULAN

Proses komunikasi Humas Polda Sumbar dilakukan dengan mengoptimalkan fungsi humas dalam mengkomunikasikan penyelenggaraan tugas-tugas dan pelayanan masyarakat serta interaksi dengan awak media baik cetak, elektronik dan online serta masyarakat. Dengan demikian humas diharapkan dapat berperan sebagai konsultan bagi *top management* lembaga. Advisor merupakan peran Humas sebagai penasehat bagi top manajemen lembaga. Sebagai interpreter, Humas harus mampu menerjemahkan kebijakan *top manajemen* dan aspirasi publik lembaga. Sehingga peran Humas bukan sekedar juru bicara, tetapi komunikator lembaga penyampaian pesan. Selain bersifat informatif, persuasif, komunikatif dan mendorong terjadinya saling pengertian (*mutual understanding*) antara lembaga dan publiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, D. E. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Calpulis.
- Brown, J., Gaudin, P., & Moran, W. (2013). *PR and Communication in Local Government and Public Services (PR In Practice)*. Kogan Page: Kindle Edition.
- Butterick, K. (2012). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chatra, E., & Dalmenda, M. A. (2016). *Etnografi Tata Kelola Humas Pemerintah Daerah*. Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan.
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Djukan, A. (2012). Praktik Government Public Relations Paska Otonomi Daerah (Sebuah Tinjauan dengan Kasus Penyuluh KB sebagai Government Public Relations Bidang KB). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1): 61-70.
- Doorley, J., & Gracia, H. F. (2007). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relation and Corporate Communication*. New York: Routledge.
- Jaques, T. (2014). *Issue and Crisis Management: Exploring Issues, Crises, Risk and Reputation*. OUP Australia & New Zealand: Kindle Edition.
- Jefkins, F. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Graham, M., & Avery, E. J. (2013). Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level. *Public Relations Journal*, 7(4): 1-21.
- Griffin, A. (2008). *New Strategies for Reputation Management: Gaining Control of Issues, Crises, & Corporate Social Responsibility*. London: Kogan Page.
- Hamidi. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM PRESS.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Komarudin. (2014). *Reformasi Humas Pemerintah*. Jakarta: Genesindo.
- Moloeng, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja
- Prayudi. (2007). Manajemen Isu dan Tantangan Masa Depan: Pendekatan Public Relations. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1): 25 - 39.
- Putra, I. G. N. (1999). Tantangan Public Relations dalam Sektor Publik: Sebuah Catatan Awal. *JKAP*, 3(1): 62-72.
- Rakhmat, J. (1998). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ridwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Pubic Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sanders, K., & Canel, M. J. (2013). *Government Communication: Cases and Challenges*. Bloomsbury Publishing: Kindle Edition.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.