

IMLEMENTASI STRATEGI HUMAS DPRD SURAKARTA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Tassya Pratiwi Oktaviastuti^{1*}, Rahmat Wisudawanto², Sofia Ningsih Rahayu Putri³

^{1,2,3}Universitas Sahid Surakarta

*E-mail : tassyapратиwi24@gmail.com

ABSTRAK

Humas DPRD Kota Surakarta melakukan pemanfaatan media sosial *Instagram* untuk penerapan strategi Humas dalam membentuk opini publik. Dalam Pemanfaatan media sosial *Instagram* yang dikelola oleh Humas DPRD Kota Surakarta untuk memublikasi kegiatan, kurang melakukan tugasnya dengan baik dalam penerapan strategi Humas dengan pemanfaatan media sosial *Instagram*. Hal ini dapat dilihat dari unggahan *Instagram* DPRD Kota Surakarta yang sedikit tidak *up to date* dalam memerlihatkan kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh dewan untuk membangun opini publik. Penelitian ini bertujuan menjelaskan imlementasi strategi Humas DPRD Kota Surakarta pada media sosial *Instagram*. Penelitian ini menggunakan analisis teori strategi *public relations* yang terdiri dari empat tahapan, yaitu, *fact finding*, *planning*, *communication and taking action* dan *evaluation*. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan sumber data primer berupa unggahan di akun *Instagram @dprd.kota.surakarta* dan data sekunder berupa informan yang sudah dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan tiga metode teknik pengumpulan data yakni, wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Humas DPRD Kota Surakarta telah melaksanakan keempat tahap strategi *public relations*. Adapun hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa sebagian besar strategi yang diterapkan Humas DPRD Kota Surakarta memiliki kekuatan (*strength*) yang tinggi, sedangkan kelemahannya (*weakness*) sebagian besar menunjukkan kategori tinggi, peluang (*opportunity*) sebagian menunjukkan sedang, dan ancaman (*threats*) sebagian besar menunjukkan tinggi.

Kata kunci: Strategi, Humas, *Instagram*, DPRD Kota Surakarta, Media Sosial

ABSTRACT

The Surakarta DPRD (parliament) Public Relations utilizes Instagram social media to implement public relations strategies in building public opinion. The use of Instagram social media by the Surakarta DPRD public relations in publishing activities is less able to implement a public relations strategy. It can be seen from un up to date Instagram uploads of the Surakarta DPRD of their activities to build public opinion. The research aims to explain the implementation of the Surakarta City DPRD's public relations strategy on Instagram social media. This study used an analysis of public relations strategy theory from Cutlip, Center, and Broom (Ruslan, 2006: 351), which consists of four stages, namely, fact finding, planning, communication, taking action, and evaluation. This research was a descriptive qualitative research with primary data sources in the form of uploads on the Instagram account @dprd.kota.surakarta and secondary data in the form of informants selected based on a purposive sampling technique. This study used three methods of data collection techniques, namely interviews, observation, and documentation. The implementation of the public relations strategy by the Surakarta DPRD public relations has implemented three stages. However, there are problems in the evaluation or monitoring section of the use of Instagram social media, which has been proven through a SWOT analysis. The SWOT analysis identifies the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of each strategy used in this study.

Key word: Public Relations Strategy, Public Relations DPRD Surakarta, *Instagram*

PENDAHULUAN

Public relations sebagai jembatan informasi menghubungkan instansi dengan publiknya agar supaya terjadi kesamaan pemahaman informasi dan kerjasama yang baik antar institusi serta publik (Luhukay, 2009). Humas adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian antara komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan berbagai publiknya (Cutlip et al., 2016). Oleh karena itu, keberhasilan Humas ditentukan oleh kesuksesan mereka dalam fungsi manajemen sebagai jembatan informasi antara institusi dengan publi). Perkembangan teknologi dan informasi menuntut Humas lembaga pemerintah harus dapat menyebarkan informasi dengan cepat. Hal ini tentunya memerlukan kemampuan Humas di dalam

menggunakan media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi kepada publik. Dengan kemampuan Humas dalam memahami media sosial, insitusi mendapatkan manfaat berupa efektivitas dalam penyebaran informasi. Selain itu, insitusi juga dapat menyebarluaskan informasi secara efisien karena insitusi tidak perlu mengeluarkan biaya dalam penyebarluasan informasi seperti ketika mereka mengguna media cetak. Media sosial *Instagram* merupakan salah satu *platfrom* yang dipilih oleh Humas DPRD Kota Surakarta untuk membangun citra positif lembaganya. Pada bulan April 2022, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial *Instagram* terbanyak di dunia mencapai 99,9 Juta pengguna aktif *Instagram* pada tahun 2022 (Goodstats, 2022).

Salah satu Humas yang berada dalam insitusi pemerintahan adalah Humas DPRD Kota Surakarta. Humas DPRD Kota Surakarta memiliki peranan penting untuk menjaga *image* pemerintah Kota Surakarta dengan mengembangkan hubungan baik dengan masyarakat. Hal ini karena keberadaan pemerintahan Kota Surakarta memiliki ketergantungan dengan bermasyarakat. Ketergantungan ini dapat dilihat dari usaha Humas DPRD Kota Surakarta dalam memelihara dan membangun opini publik. Strategi Humas dapat membangun kepercayaan publik (Liliweri, 2016). Kepercayaan yang sudah dibangun sangat memengaruhi reputasi lembaga pemerintah. Apabila, kepercayaan publik luntur, Humas pemerintah akan sulit untuk mengembalikan kepercayaan tersebut. Dengan demikian, Humas harus dapat menjaga kepercayaan publik dengan cara memberikan informasi yang faktual dan transparansi. Pemanfaatan media sosial *Instagram* yang di kelola oleh Humas DPRD Kota Surakarta untuk mempublikasi kegiatan yang dilakukan oleh DPRD Surakarta. Humas DPRD Kota Surakarta kurang melakukan tugasnya dengan baik dalam penerapan strategi Humas dengan pemanfaatan media sosial *Instagram*. Hal ini dapat dilihat dari unggahan *Instagram* DPRD Kota Surakarta yang sedikit tidak *up to date* dalam memperlihatkan kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh dewan untuk membangun opini publik.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui implementasi strategi Humas DPRD Surakarta pada media sosial *Instagram* dan tujuan pada penelitian ini yaitu untuk menjelaskan imlementasi strategi Humas DPRD Surakarta dalam media sosial *Instagram*. Manfaat penelitian ini secara akademis yaitu untuk memberikan kontribusi positif sebagai sumber informasi dan wawasan yang dapat digunakan dalam mengetahui penerapan strategi Humas dalam media sosial *Instagram*, selain itu juga dapat digunakan untuk bahan referensi atau kajian penelitian. Manfaat praktis pada penelitian ini untuk bahan masukan atau sebagai bahan evaluasi kinerja dari lembaga untuk mengoptimalkan penerapan strategi Humas dalam pemanfaatan media sosial *Instagram* DPRD kota Surakarta untuk meningkatkan kemajuan instansi.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Humas sangat dibutuhkan oleh suatu insitusi atau lembaga dalam hal ini Humas memiliki tujuan untuk menjalin hubungan baik pada pihak eksternal (masyarakat). Seperti proses strategi *public relations* menurut Cutlip, Center and Broom (2016), yang dijabarkan sebagai berikut:

a. (*Fact Finding*) atau permasalahan / pencarian fakta

Langkah pertama ini, pencarian fakta atau pengumpulan fakta sebelum melakukan tindakan atau kegiatan. Pada langkah inilah terfokus sebagai pengetahuan hasil opini masyarakat dan situasi yang ada terhadap sesuatu yang akan dilaksanakan maupun yang sedang dilaksanakan itu dapat membantu atau mempersulit kegiatan insitusi atau lembaga.

b. (*Planning*) atau perencanaan

Pada tahap ini dimulai memilih media yang tepat yang akan memudahkan lembaga atau insitusi dalam melaksanakan pemograman. Pada tahap ini merupakan bagian terpenting dalam memperoleh data seperti opini publik yang menguntungkan. Hal ini sangat penting bagi *public relations*, karena bagian yang menentukan bagi kesuksesan atau keberhasilan tujuan insitusi atau lembaga dan terutama untuk tujuan *Public Relations*.

c. (*Communication and Taking action*) atau komunikasi dan aksi

Tahap ini akan melakukan sesuai dengan media pilihan yang digunakan, sehingga nanti komunikasi yang bersifat baik akan membangun efek yang baik, sedangkan ketika

komunikasi yang tidak baik akan menimbulkan efek yang tidak baik.

d. (*Evaluation*) atau Evaluasi

Pada tahap ini seorang *public relations* melakukan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Dengan demikian hasil evaluasi yang sudah dilakukan oleh seorang *public relations* mampu memberikan gambaran secara menyeluruh sehingga akan berjalan semestinya sesuai dengan rencana –rencana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana imlementasi strategi Humas DPRD Kota Surakarta pada media sosial *Instagram*. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2002). Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta dan sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2010). Data primer dalam penelitian ini berasal dari unggahan di akun *Instagram @dprd.kota.surakarta*. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berasal dari informan atau narasumber. Dalam penelitian ini informan atau sumber data sekunder berasal dari staf Humas DPRD Kota Surakarta.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data berupa teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara secara mendalam dengan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan memilih 1 staf Humas DPRD Kota Surakarta sebagai informan. Observasi dalam penelitian ini dilakukan melalui media sosial *Instagram* dan melakukan pengamatan secara langsung dengan melihat situasi serta kondisi yang terjadi di lapangan untuk melihat implementasi strategi yang dilakukan oleh Humas DPRD Kota Surakarta. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini untuk mendapat gambaran dan sudut pandang dari subjek dari media tertulis.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data yaitu membandingkan sumber data yang berbeda yaitu data *screenshot Instagram* DPRD Surakarta dan data hasil wawancara. Serta triangulasi metode yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dan membandingkan hasil pengamatan yang dilakukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis Miles dan Huberman (Sugiyono, 2013). Analisis data terdiri atas tiga alur kegiatan yang dilakukan bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada tiap-tiap strategi. Data yang disajikan didapat melalui unggahan media sosial *Instagram* milik DPRD Surakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilaksanakan di DPRD Kota Surakarta untuk dapat mengetahui penerapan strategi Humas DPRD Surakarta pada media sosial *Instagram*. Penjelasan strategi Humas berdasarkan teori Cutlip, Center and Broom (Cutlip et al., 2016)

1. (*Fact Finding*) atau permasalahan / pencarian fakta

Langkah pertama ini, pencarian fakta atau pengumpulan fakta sebelum melakukan tindakan atau kegiatan. Pada tahap ini dilakukan penemuan fakta yang ada di lapangan atau hal-hal yang berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi publik dengan kebijaksanaan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Pada langkah inilah terfokus sebagai pengetahuan hasil opini masyarakat dan situasi yang ada terhadap sesuatu yang akan dilaksanakan maupun yang sedang dilaksanakan itu dapat membantu atau mempersulit kegiatan insitusi atau lembaga. Pada tahap pencarian fakta/permasalahan ini Humas DPRD Surakarta melaksanakan tahap pencarian fakta atau permasalahan dengan baik,dalam pemanfaatan media sosial *Instagram*, Humas DPRD Surakarta telah melakukan pemanfaatan *Instagram* untuk membentuk opini publik.



Gambar 1. Tampilan IG DPRD Surakarta.

Berdasarkan gambar di atas bahwa Humas DPRD Surakarta telah melakukan pemanfaatan *Instagram* dalam menentukan opini publik. Hal ini sangat diperlukan karena sebagai acuan yang bisa menarik masyarakat dalam mengunjungi *Instagram* DPRD Surakarta. Dengan demikian Humas DPRD Surakarta telah melakukan *Fact Finding* atau permasalahan atau pencarian fakta. Strategi Humas DPRD Surakarta dalam pemanfaatan media sosial *Instagram* dengan melakukan konfirmasi kepada pihak terkait dan mencari data pendukung untuk membentuk opini publik.

2. (Planning) atau perencanaan



Gambar 2. Kolase tampilan konten dalam IG DPRD Surakarta

Pada tahap ini dimulai memilih media yang tepat yang akan memudahkan lembaga atau insitusi dalam melaksanakan pemograman. Pada tahap ini merupakan bagian terpenting dalam memperoleh data seperti opini publik yang menguntungkan, hal ini sangat penting bagi *public relations*, karena bagian yang menentukan bagi kesuksesan atau keberhasilan tujuan insitusi atau lembaga dan terutama untuk tujuan *public relations*. Pada tahap perencanaan ini Humas DPRD Surakarta telah melaksanakan tahap perencanaan. Hal ini ditunjukkan dengan perencanaan dilakukan Humas DPRD dengan melakukan unggahan secara berkala dan yang dapat menarik *comment*, *like*. Selain itu mengunggah segala aktifitas DPRD secara tepat waktu, dan mengunggah kegiatan secara aktual dan faktual.

Gambar 2 di atas dapat menunjukkan bahwa strategi perencanaan yang dilakukan oleh Humas DPRD Surakarta telah dilakukan. Hal ini dapat dilihat bahwa Humas DPRD setiap melakukan unggahan secara berkala dan mengunggah unggahan yang dapat menarik *comment* dan *like*. Selain itu mengunggah segala aktifitas DPRD secara tepat waktu dalam mengunggah

unggahan untuk memberitahukan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada tahap perencanaan ini, Staf Humas DPRD Surakarta telah melakukan pemanfaatan media sosial *Instagram* dengan melakukan beberapa perencanaan. Di antaranya dengan mengambil POV yang terbaik dalam kegiatan yang dilakukan yang akan diunggah pada *Instagram* dan melakukan unggahan setiap kegiatan DPRD Surakarta yang dapat menarik *comment* dan *like* dari *followers*

3. (*Communication and Takingaction*) atau komunikasi dan aksi

Tahap ini akan melakukan sesuai dengan media pilihan yang digunakan, sehingga nanti komunikasi yang bersifat baik akan membangun efek yang baik, sedangkan ketika komunikasi yang tidak baik akan menimbulkan efek yang tidak baik. Pada tahap komunikasi dan aksi ini Humas DPRD Surakarta telah melaksanakan tahap komunikasi dan aksi dengan baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuatnya. Hal ini dapat dilihat bahwa Humas DPRD dalam melakukan aktifitas kegiatan yang dilakukan sebagai unggahan yang diberikan.



Gambar 3. Konten tentang kegiatan kedewanan di IG DPRD Surakarta.

Berdasarkan gambar di atas bahwa Humas DPRD Surakarta telah memanfaatkan media sosial *Instagram*, dengan Humas DPRD Surakarta melakukan aktifitasnya akan berpengaruh pada pandangan masyarakat terhadap pemanfaatan media sosial *Instagram* yang dikelola oleh Humas DPRD Surakarta. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada tahap (*Communication and taking action*) atau komunikasi dan aksi ini, tim Humas DPRD Surakarta telah melakukan pemanfaatan media sosial *Instagram* dan mengoptimalkannya dengan cara menyusun rencana unggahan kegiatan pada *Instagram* dan dengan mengoptimalkan dokumentasi.

4. (*Evaluation*) atau Evaluasi

Pada tahap ini seorang *public relations* melakukan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Dengan demikian, hasil evaluasi yang sudah dilakukan oleh seorang *public relations* mampu memberikan gambaran secara menyeluruh sehingga akan berjalan semestinya sesuai dengan rencana ditetapkan. Pada tahap evaluasi ini, Humas DPRD Surakarta tidak melaksanakan tahap evaluasi dengan baik. Hal ini ditunjukkan bahwa Humas DPRD tidak melakukan media monitoring dalam melaksanakan perencanaan dan tidak melakukan *agenda setting*. Artinya Humas tidak melakukan *framing* atau penyeleksian pemberitaan dalam *Instagram*, sehingga *Instagramnya feedsnya* tidak rapi serta tidak memiliki agenda dan tidak melakukan *framing* tertentu sebagai upaya memengaruhi dan membentuk opini publik tentang kinerja DPRD Surakarta.



Gambar 4. Tangkapan Layar Feeds IG DPRD Surakarta

Berdasarkan gambar di atas bahwa Humas DPRD Surakarta tidak melakukan kegiatan monitoring dan penyeleksian isu atau berita untuk di unggah pada *Instagram*. Sehingga, feeds *Instagram* DPRD Surakarta tidak tersusun rapih dan tidak informatif. Dengan Humas DPRD Surakarta tidak melakukan tahap tersebut akan berpengaruh pada sulitnya terwujudnya opini positif yang ada pada publik/followersnya dan publik/followers menganggap kurang profesionalnya Humas DPRD Surakarta dalam memberikan informasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada tahap evaluasi atau monitoring ini, staff Humas DPRD Surakarta belum melakukan kegiatan evaluasi atau monitoring dengan baik. Karena, setiap unggahan yang akan di unggah harus menunggu keputusan atau aproval dari pihak yang bertanggung jawab dalam setiap rilisnya unggahan tersebut.

Data yang didapat melalui *Instagram* DPRD Surakarta juga dianalisis menggunakan SWOT. Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada tiap-tiap strategi. Hasil dari penelitian ini meliputi gambaran strategi Humas DPRD Kota Surakarta pada *Instagram* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel. Hasil Analisis SWOT

Strategi	Strength			Weaknesses			Opportunity			Threats		
	Rendah	Sedang	Tinggi	Rendah	Sedang	Tinggi	Rendah	Sedang	Tinggi	Rendah	Sedang	Tinggi
Fact finding	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%
Planning	0%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%
Communication and Taking action	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%
Evaluation	100%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%

Sumber: Hasil olah Penelitian

Tabel di atas merupakan hasil analisis strategi Humas DPRD Kota yang dikaitkan dengan analisis SWOT. Tabel di atas menunjukkan bahwa pada bagian *strength* (kekuatan), strategi-strategi Humas DPRD Kota Surakarta yang diterapkan mempunyai distribusi kekuatan yang tinggi. Hal ini disebabkan Humas DPRD Surakarta telah melakukan aktifitas dalam mengunggah unggahan pada media sosial *Instagram* secara berkala. Pada bagian *weakness* (kelemahan), strategi-strategi Humas DPRD Kota Surakarta yang diterapkan sebagian besar menunjukkan kategori tinggi. Hal ini disebabkan unggahan *Instagram* yang dilakukan oleh Humas DPRD Surakarta tidak melakukan media monitoring dan *framing* sehingga *Instagramnya feeds* tidak rapi. Pada bagian *opportunity* (peluang), strategi-strategi Humas DPRD Kota Surakarta yang diterapkan sebagian besar menunjukkan kategori sedang. Hal ini disebabkan Humas DPRD Surakarta harus bisa merapikan *feeds* di dalam unggahan *Instagram* tersebut dan harus bisa memanfaatkan fitur yang ada seperti *insta-story*, *IG reels*. Pada

bagian *threats* (ancaman), strategi-strategi Humas DPRD Kota Surakarta yang diterapkan sebagian besar menunjukkan kategori tinggi. Hal ini disebabkan pengunggahan informasi pada *Instagram* yang diunggah oleh Humas DPRD Surakarta dengan feeds yang tidak ditata rapi dan tidak ada pembaruan unggahan, sehingga sulit terwujudnya opini positif oleh masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa Humas DPRD Surakarta telah melaksanakan implementasi strategi Humas dalam memanfaatkan media sosial *Instagram* dengan menggunakan teori menurut Cutlip, Center and Broom, yang terdiri dari (*fact finding*) atau permasalahan / pencarian fakta, (*planning*) atau perencanaan, (*communication and taking action*) atau komunikasi dan aksi, (*evaluation*) atau evaluasi. Pada hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan SWOT menunjukkan bahwa tiga tahap yang ada, telah dijalankan dengan baik. Namun terdapat masalah pada bagian evaluasi atau monitoring pada pemanfaatan media sosial *Instagram* yang tidak berjalan dengan baik. Hal tersebut membuat pemanfaatan media sosial pada *Instagram* yang dikelola oleh Humas DPRD Surakarta tidak optimal dalam memanfaatkan media sosial *Instagram*.

2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka perlu Humas DPRD Surakarta perlu memertahankan tahap strategi (*fact Finding*) atau permasalahan / pencarian fakta. Adapun tahap strategi yang perlu ditingkatkan adalah tahap strategi evaluasi. Penelitian ini terbatas menggunakan teori yang dikembangkan oleh Cutlip, Center and Broom sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan teori yang lain dalam menganalisis strategi yang diterapkan oleh Humas dalam memanfaatkan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective public relations*. Kencana.
- Goodstats. (2022). *8 Negara Pengguna Instagram Terbanyak*. 15 Agustus 2022 Pukul 18.57.
<https://goodstats.id/infographic/8-negara-pengguna-instagram-terbanyak-2022-HneG2>
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Kencana Media Group.
- Liliweri, A. (2016). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Luhukay, M. S. (2009). Penerapan Manajemen Krisis Di Indonesia : Memotret Krisis Dalam Kacamata Public Relations. *Scriptura*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.9744/scriptura.2.1.18-28>
- Moleong, L. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.