

## Analisis Peran Hubungan Masyarakat pada PT. Prima Mitra Elektrindo

**Bunga Fadilla**

Universitas Negeri Jakarta

Korespondensi penulis: [bungafaddila@email.com](mailto:bungafaddila@email.com)

**Christian Wiradendi Wolor**

Universitas Negeri Jakarta

**Marsofiyati**

Universitas Negeri Jakarta

Alamat: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta Gd. M. Kampus A UNJ, Jl. Rawamangun Muka Jakarta Timur

***Abstract.** Public relations is a communication activity between a company, agency or organization and the public. Therefore, public relations plays an important role for an organization to establish good relations with the public. This research uses a qualitative descriptive approach, namely by analyzing behavior or actions that occur narratively. The data sources in this research use primary and secondary sources. Primary data is data obtained from observation, interviews and documentation. Meanwhile, secondary data is data obtained from research journals, books and research articles. The sampling technique in this research used a purposive sampling technique. The purposive sampling technique is a sampling technique that takes information from an informant who has the potential to know the data needed in the research. The aim of this research is to understand the role of public relations in depth at PT. Prima Mitra Elektrindo. The results of this research indicate that the role of public relations at PT. Prima Mitra Elektrindo has done this optimally.*

**Keywords:** Communication, Public, Public Relation

**Abstrak.** Hubungan masyarakat atau Public Relation merupakan kegiatan berkomunikasi antara suatu perusahaan, instansi maupun organisasi dengan publik. Oleh sebab itu, hubungan masyarakat ini berperan penting bagi suatu organisasi untuk menjalin hubungan yang baik dengan publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan menganalisis perilaku atau tindakan yang terjadi secara naratif. Sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan dari jurnal penelitian, buku-buku, dan artikel penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang mengambil informasi dari seorang informan yang berpotensi mengetahui data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran hubungan masyarakat secara mendalam pada PT. Prima Mitra Elektrindo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran humas pada PT. Prima Mitra Elektrindo ini sudah dilakukan dengan optimal.

**Kata kunci:** Hubungan Masyarakat, Komunikasi, Publik

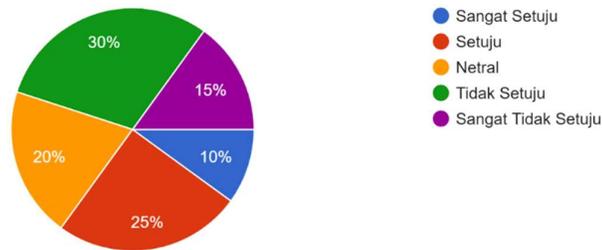
## **LATAR BELAKANG**

Hubungan masyarakat atau Public Relation merupakan kegiatan berkomunikasi antara suatu perusahaan, instansi maupun organisasi dengan publik. Hubungan masyarakat juga bisa diartikan sebagai suatu kegiatan dalam melayani baik untuk kepentingan publik maupun internal. Jika tidak ada hubungan masyarakat di sebuah perusahaan, maka dapat dipastikan hubungan antara khalayak umum dan internal tidak berjalan dengan baik karena tidak adanya komunikasi yang menunjang, bahkan bisa menghancurkan citra positif suatu perusahaan di mata publik disebabkan komunikasi dan pelayanan yang buruk karena tidak adanya humas yang menjembatani. Oleh sebab itu, hubungan masyarakat ini berperan penting bagi suatu organisasi untuk menjalin hubungan yang baik dengan publik. Mengingat hubungan masyarakat sangat berpotensi sebagai tolak ukur kesuksesan organisasi atau perusahaan tersebut (Rini et al., 2017).

Seorang humas juga mempunyai peran yang penting dalam menangani persoalan-persoalan yang berkaitan dengan keinginan dan harapan customer, demi perkembangan untuk ke arah yang lebih baik serta dapat membangun kepercayaan publik (Sihombing & Putra, 2021). Humas memainkan peran yang sangat penting dalam mengelola hubungan antara organisasi dan berbagai pihak yang berkepentingan, atau yang biasa disebut stakeholders. Humas juga berperan dalam menentukan media yang akan menjadi perantara promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan supaya promosi tersebut sampai kepada masyarakat (Nurlaela, 2022)

Dalam hal ini, penulis juga melakukan pra-riset dengan menyebarkan kuisisioner mengenai peran humas di perusahaan kepada 20 karyawan yang terdiri dari 5 karyawan bagian marketing, 5 karyawan bagian keuangan, 2 karyawan bagian Admin, 5 karyawan bagian sales, dan 3 Karyawan bagian humas. Kuisisioner disebarkan kepada karyawan di PT. Prima Mitra Elektrindo. Pra-riset yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengetahui pendapat dari para karyawan mengenai peran humas di perusahaan terkait. Hasil dari pra-riset yang sudah dilakukan telah penulis lampirkan dalam bentuk gambar 1 seperti berikut ini.

Peran Humas di PT. Prima Mitra Elektrindo sudah dilaksanakan dengan baik  
20 responses

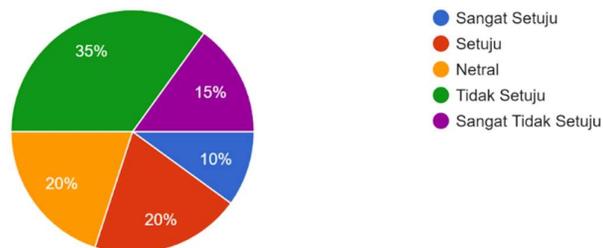


**Gambar 1: Hasil Pra Riset Pelayanan Humas**

Sumber: diolah oleh penulis (2023)

Berdasarkan diagram diatas dapat dilihat bahwa hampir sebagian besar karyawan merasakan bahwa peran humas dalam melayani publik maupun internal belum dilakukan secara optimal dengan presentase 35% tidak setuju lalu 20% sangat tidak setuju, 20% menjawab netral, 15% menjawab setuju, dan sisanya sebanyak 10% menjawab sangat setuju. Dengan demikian, total karyawan yang merasa peran humas belum dilakukan dengan baik sebanyak 55%, lalu sebanyak 25% karyawan yang merasa pelayanan humas sudah dilakukan dengan baik, dan 20% karyawan menjawab netral terhadap pelayanan humas dari jumlah 20 karyawan.

Karyawan sudah memahami pentingnya seorang humas di suatu perusahaan  
20 responses



**Gambar 1 : Pentingnya Peran Humas**

Sumber : Diolah oleh penulis

Selanjutnya berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa pengetahuan karyawan terhadap pentingnya peran humas di suatu perusahaan sebagian besar belum memahami dengan baik. hal tersebut dapat dilihat dari presentase 35% karyawan menjawab tidak setuju. Kemudian 20% menjawab netral, 20% menjawab setuju dan, 15 % karyawan menjawab sangat tidak setuju, dan sisanya menjawab sangat setuju. Dengan demikian total karyawan yang merasa belum memahami pentingnya peran humas di perusahaan sebanyak 50% , karyawan yang merasa sudah memahami pentingnya peran humas sebanyak 30% dan sisanya 20% karyawan menjawab netral.

Lalu adapun penelitian terdahulu terkait peran humas yang dilakukan oleh (Rini et al., 2017) dijelaskan bahwa peran humas dalam membangun citra positif masih belum optimal dikarenakan minimnya dana, maka humas harus bekerja lebih ekstra untuk menjalankan program-program yang sudah direncanakan agar terlaksana dengan baik. Lalu minimnya sarana dan prasarana dalam program kerja dan kurangnya sumber daya manusia yang berkompetensi di bidang PR.

Maka dari itu, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Rini et al., 2017) yaitu dalam penelitian ini membahas permasalahan peran humas dalam meningkatkan citra positif di Universitas Tribhuwana Tungadewi dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan observasi. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya dengan melakukan penelitian di PT. Prima Mitra Elektrindo. Dari penjelasan dan permasalahan yang ada, maka penulis tertarik untuk dan berkeinginan untuk melakukan penelitian terhadap peran humas di perusahaan. Oleh karena itu, penulis menetapkan judul yaitu “Analisis Peran Hubungan Masyarakat Pada PT. Prima Mitra Elektrindo.”

## **KAJIAN TEORITIS**

### **1. Pengertian Humas (Hubungan Masyarakat)**

Menurut Cutlip, Center dan Broom mengatakan jika pengertian humas merupakan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan organisasi tersebut.

Sementara itu menurut Kasali (1994), hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen evaluasi terhadap sika-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang/sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana

serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan public.

## **2. Peran Humas**

Humas memiliki peran yang strategis dalam membantu organisasi membangun hubungan yang positif dengan berbagai pihak, mengelola komunikasi dengan efektif, dan mendukung pencapaian tujuan organisasi. Dalam era informasi dan komunikasi yang semakin maju, peran humas menjadi semakin penting dalam memastikan kesuksesan dan keberlanjutan organisasi.

## **3. Tujuan Humas**

Humas memiliki tujuan agar perusahaan lebih berkembang dan sukses di masa depan dengan cara membangun citra yang positif, jika perusahaan tersebut memiliki citra yang baik dan positif di mata public maupun di internal maka akan menumbuhkan rasa kepercayaan publik dan internal pada perusahaan, serta menjalin komunikasi dan hubungan yang baik dengan publik atau internal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain (Maulidia, 2020). Dalam metode kualitatif biasanya salah satu metode yang sering digunakan adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah salah satu metode penelitian yang digunakan untuk menguraikan penjelasan secara menyeluruh tentang aspek individu, kelompok, atau organisasi tertentu.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber primer dan sekunder. Data primer merupakan data atau informasi yang didapatkan pertama kali, biasanya berupa observasi, kuisisioner, survei, dan wawancara pribadi. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari data yang sudah ada.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang mengambil informasi dari seorang informan yang berpotensi mengetahui data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Disini peneliti menggunakan teknik purposive

sampling dengan mengambil karyawan yang menjabat sebagai Manajer Marketing dengan lama bekerja selama 16 tahun yang pastinya sudah mengetahui keseluruhan kondisi yang ada di PT. Prima Mitra Elektrindo.

Berdasarkan teori tersebut maka penulis mengambil 4 sampel yang berhubungan dengan topik penelitian. Keempat sampel tersebut memberikan penulis informasi atau aspek yang penting yang memperkaya pemahaman terhadap perspektif yang sedang diteliti. Teori lain yang menjadi dasar pemilihan 4 sampel dalam bentuk adalah sebagai berikut:

Tabel 1.

<i>Rules of thumb for Qualitative sample size</i>	
<b>Basic Study Type</b>	<b>Rule of Thumb</b>
Etnography	30 – 50 interviews
Case Study	At least one, but can be more
Phenomenology	Six participants
Grounded Teory	30 – 50 interviews
Focus Group	Seven to ten per group or more groups per each strata of interest

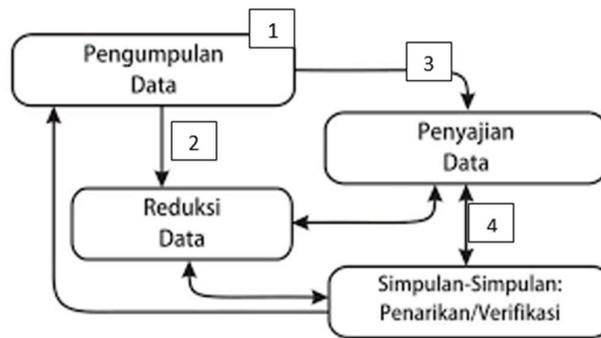
Sumber : (Njie & Asimiran, 2014)

Selanjutnya dalam penelitian ini, penulis mendapatkan sumber data dari beberapa karyawan pada bagian yang bersangkutan sehingga data yang sudah dikumpulkan untuk memastikan apakah data tersebut akurat dan terdapat kesesuaian data yang diperlukan untuk kebutuhan penelitian ini. Maka penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data yang meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi seperti yang digambarkan dibawah ini:



Gambar 3 : Sketsa triangulasi teknik pengumpulan data

Sumber : Data diolah oleh peneliti



**Gambar 4 : Komponen Analisis Data**

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Jika dicermati pengertian analisis data tersebut, maka dapat dipahami bahwa kegiatan analisis data kualitatif menyatu dengan aktivitas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan hasil penelitian (Rijali, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang merupakan penelitian yang menganalisis dan menjelaskan suatu peristiwa, fenomena atau persepsi seseorang atau kelompok. Metode penelitian kualitatif ini lebih cenderung berfokus pada analisis dan penyajian hasil analisis dari data penelitian. Penulis melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif yang mana metode ini memiliki fokus utama untuk menjelaskan objek penelitian secara mendalam, sehingga hal tersebut bisa menjadi jawaban atas masalah yang sedang terjadi pada proses penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara kepada karyawan yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti dan penulis juga melakukan observasi secara langsung di lapangan. Penulis melakukan wawancara dan observasi di PT. Prima Mitra Elektrindo, dimana informan dalam penelitian ini adalah Manajer Marketing, Staff Keuangan, dan Staff Marketing dari PT. Prima Mitra Elektrindo.

Tabel 2 : Data Partisipan

No	Partisipan	Lama Bekerja	Divisi
1.	Partisipan A	16 Tahun	Manajer Marketing
2.	Partisipan B	6 Tahun	Staff Keuangan
3.	Partisipan C	5 Tahun	Staff Marketing
4.	Partisipan D	6 Tahun	Staff Marketing

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Oleh karena itu untuk mengetahui seberapa jauh peran humas dalam membangun citra positif perusahaan maka peneliti mengajukan pertanyaan kepada 4 partisipan untuk dijawab terkait dengan peran humas dalam membangun citra positif perusahaan. Berikut merupakan jawaban dari partisipan :

### **1. Peran Humas Pada PT. Prima Mitra Elektrindo**

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan di PT. Prima Mitra Elektrindo oleh peneliti kepada partisipan, dapat dilihat bahwa peran humas sudah cukup optimal. Peran humas sendiri yaitu berkomunikasi dengan humas internal maupun eksternal. Humas internal terdiri dari karyawan, manajer, satpam, OB, dll. Sedangkan humas eksternal terdiri dari masyarakat, pemasok, customer dan pihak-pihak yang bekerja sama dengan PT. Prima Mitra Elektrindo. Lalu peran humas juga sebagai media promosi untuk mempromosikan perusahaan secara lebih luas lagi dan humas juga mempunyai peran dalam mengkoordinir segala kegiatan operasional yang ada diperusahaan.

Namun memang dalam komunikasi, koordinasi, dan promosi masih belum cukup baik. Seringkali terjadi misscommunication antara pihak humas dengan pihak internal, antara pihak humas dengan customer. Miskom dengan pihak internal dapat terjadi karena kurangnya koordinasi antara humas dan humas internal, dampaknya adalah pada saat penginputan data yang masih seringkali salah, lalu miskom dengan pihak customer biasanya terjadi pada saat Pre-Order dengan pemesanan yang jumlahnya banyak. Pihak humas merasa kesulitan dalam menghubungi customer terkait jumlah ataupun jenis produk yang dipesan dikarenakan sebelumnya belum membuat janji. Dari miskom tersebut, kekeliruan dalam memasukan produk yang dipesan atau kesalahan dalam penginputan juga beberapa kali terjadi, hal itu dikarenakan jumlah pesanan yang banyak dan barang yang beragam jenisnya menyebabkan kesalahan dalam pengiriman sering terjadi. Dan karena hal tersebut menyebabkan adanya komplain dari customer mengenai kesalahan produk yang diterima.

### **2. Strategi Yang Dilakukan Humas Pada PT. Prima Mitra Elektrindo**

Pada wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti, humas membuat strategi yaitu membuat program-program yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar, yang diadakan setiap tahunnya. Program-program ini disebut juga dengan CSR (Corporate Social Responsibility), yang dimana program ini adalah program peduli lingkungan

yang sudah bekerja sama dengan berbagai pihak-pihak yang mendukung program tersebut sesuai dengan jenis programnya.

Dalam program ini, tim humas khususnya tim CSR terjun langsung ke lapangan, pada lokasi-lokasi yang sudah ditentukan oleh pihak yang bekerja sama untuk berkontribusi di program peduli lingkungan dalam membantu masyarakat sekitar yang membutuhkan bantuan. Tidak hanya di lingkungan, tetapi juga pada pendidikan, ekonomi dan kesehatan. Program CSR ini bertujuan sebagai pendekatan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.

Lalu humas juga melakukan kerjasama dengan media pers yang bertujuan mempromosikan perusahaan agar dapat dikenal lebih luas. Dan humas juga mengadakan rapat rutin yang diadakan setiap bulan untuk melaporkan hasil kinerja para karyawan, hal ini bertujuan untuk bahan evaluasi kinerja pada bulan berikutnya.

### **3. Pengembangan Humas Pada PT. Prima Mitra Elektrindo**

Pengembangan humas di suatu perusahaan sangat dibutuhkan demi kesuksesannya dalam melaksanakan program-program kerja. Seorang humas yang expert, berkualitas dan berkompeten akan sangat berpengaruh pada peningkatan kualitas dari perusahaan, yang nantinya menimbulkan kesan positif di mata publik. Apalagi peran humas dalam menjalin komunikasi dengan public atau masyarakat. Jika komunikasi seorang humas kurang baik, maka akan menimbulkan kesalahpahaman dengan masyarakat bahkan bisa membuat citra buruk pada perusahaan tersebut di mata publik. Begitupun sebaliknya, jika komunikasi seorang humas baik, maka perusahaan pastinya dapat kepercayaan dari masyarakat.

Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti, pengembangan humas sendiri pada PT. Prima Mitra Elektrindo sudah cukup optimal. Humas berusaha meningkatkan kinerja mereka yang dianggap masih kurang memuaskan. Seperti meningkatkan komunikasi antara humas internal maupun humas eksternal agar tetap terjaga hubungannya. Lalu melalui strategi humas yaitu program-program CSR dan rencana promosi oleh media pers yang akan mempromosikan perusahaan dapat membangun citra yang positif di mata publik.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peran humas pada PT. Prima Mitra Elektrindo sudah terlaksana cukup optimal. Namun dalam komunikasinya masih kurang baik, biasanya pada saat pemesanan dengan jumlah banyak, humas sering kesulitan untuk menghubungi customer karena sebelumnya belum membuat janji dengan customer.
2. Strategi humas untuk membangun citra positif pada PT. Prima Mitra Elektrindo dengan membuat program-program peduli lingkungan atau yang biasa disebut CSR (Corporate Social Responsibility). Program ini diadakan setiap tahunnya dengan tujuan sebagai pendekatan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar.
3. Pengembangan humas pada PT. Prima Mitra Elektrindo yaitu mengadakan rapat rutin setiap bulannya. Rapat ini merupakan rapat evaluasi yang bertujuan melaporkan hasil kinerja yang belum maksimal untuk didiskusikan dan diperbaiki kedepannya. Tetapi, koordinasi dengan customer pada saat komunikasi terkait pesanan produk harus dioptimalkan lagi, agar tidak terjadi miskom dan kesalahan dalam pengiriman produk.

### **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi diantaranya :

1. Penelitian ini menggunakan satu variabel diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan lebih dari satu variabel agar penelitian selanjutnya lebih beragam dan bervariasi.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan dokumentasi yang dibutuhkan sehingga hasilnya dapat lebih baik dan lebih akurat.

## DAFTAR REFERENSI

- Amanda, Y. W. (2023). *Peran Humas Dalam Membentuk Citra Positif Yayasan Al Kausar Desa Semanding Kecamatan Jenangan Ponorogo*.
- Batoebara, M. U., & Zebua, D. (2021). *Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan*. *Network Media*, 4(2), 20–39. <https://doi.org/10.46576/jnm.v4i2.1403>
- Cahyani, A. M. (2020). *Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya*. 10(1).
- Dewanti, R. R., & Primasari, I. (2023). *Peran Public Relations Radio Cakra Bandung dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar di Masa Pandemi*. 05(03), 10735–10740.
- Djayanti, A. D. (2021). *Peran Humas Dalam Lobby Dan Negoisasi Untuk Mempertahankan Mitra Kerja Pada PT. Isentric Indonesia*.
- Elyus, D. S., & Soleh, M. (2021). *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19*. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09, 281–289.
- Fajri, N., Madaniyah, F., & Fitri, A. N. (2022). *Peran Public Relations Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Gojek*. June.
- Harahap, D. P., & Chatamallah, M. (2022). *Peran Public Relations PT. Pos Indonesia dalam Memantau Opini Publik*. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 313–318. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1155>
- Hendrawanto, G. (2017). *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMA Negeri 7 Kota Tangerang Selatan*. 6(2), 408–420.
- Herlina, S. (2015). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*. 4(3), 493. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Imamuddin, M. (2023). *Peran Humas Dalam Komunikasi Dakwah Di MAN 3 Banjar*.
- Izma, Y. A., & Feriyanti, Y. G. (2022). *The Role of Public Relations in Improving Cooperative Relations With the Mass Media at the Office of The Regional Legislature of The District of Bangka*. 6(3), 5070–5076.
- Maulidia, R. (2020). *Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi Pada Bagian Humas Dan Protokol Pemerintah Kota Bogor)*. 14, 1–9.
- Ningsih, I., Arman, & Harnalia. (2022). *Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge*. *Jurnal Mappesona*, 5(1), 11–21. <https://doi.org/10.30863/mappesona.v5i1.2495>
- Nurlaela, C. (2022). *Analisis Peran Humas PT. Sicepat Express Dalam Memanfaatkan Social Media Sebagai Media Promosi*. June.
- Paradina, N. (2022). *Peran Humas Dalam Kegiatan Peliputan Dan Pembuatan Press Release Di Dinas Kominfo Kabupaten Lampung Barat*.
- Pratama, N. A. (2023). *Peran Humas Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap Dalam Melayani Pelanggan*.
- Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. S. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. <https://uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>

- Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur*. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 458–467. <https://doi.org/10.26740/jpap.v8n3.p458-467>
- Rahmawati, D. H., Fauzan, L. A., Handika, W. M., & Prastiyasti, Y. L. (2022). *Strategi Public Relation Dalam Menangani Complain Customer*. 10(2), 451–459.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. 17(33), 81–95.
- Rini, K. S., Rusmiwari, S., & Widodo, H. P. (2017). *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi*. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1), 34–37.
- Rolando, D. M., Adellia, T., Aziz, N. M. A., & Wicaksono, G. D. K. (2021). *Peran Dan Fungsi Public Relation Dalam Mempertahankan Citra Positif Portal Berita Online Antaranews.Com. Syiar | Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 79–88. <https://doi.org/10.54150/syiar.v1i2.37>
- Sandyakala, M. C. (2020). *Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*. *Journal STAI Syamsul 'Ulum*, 30, 71–84.