

STRATEGI KOMUNIKASI KEHUMASAN DALAM MEMBANGUN CITRA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALANGKARAYA

Srie Rosmilawati¹, Rumbaka Fachrizal Eurotama²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

*email: milakpid@gmail.com, fachrizaleurotama@gmail.com

ABSTRAK

Humas merupakan ujung tombak dari sebuah instansi/lembaga, untuk mengelola citra yang positif serta mampu menciptakan suasana kondusif dan hubungan yang harmonis dari tiap-tiap elemen instansi/lembaga terkait. Humas UMPR yang dalam menjalankan Tupoksinya, memiliki strategi komunikasi kehumasan dalam membangun citra. Dengan terbangunnya citra yang baik, calon pendaftar akan tertarik untuk melanjutkan studi di UMPR. Namun nyatanya bagi kalangan siswa/i di Kota Palangka Raya, UMPR hanya dijadikan opsi terakhir ketika ingin melanjutkan studinya. Dengan demikian diperlukannya telaah lebih lanjut mengenai strategi komunikasi kehumasan yang telah dilakukan oleh Humas UMPR selama ini. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Kehumasan dalam membangun citra di Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa dari beberapa rangkaian strategi komunikasi kehumasan, Humas UMPR menjadikan media sosial sebagai metode dan media yang paling efektif dalam membangun citra pada saat ini, karena bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Namun pada kenyataan dilapangan, strategi yang telah diterapkan belum sepenuhnya menjangkau khalayak, khususnya bagi calon pendaftar. Masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan agar strategi komunikasi kehumasan bisa lebih baik lagi dalam membangun citra. Lebih bisa merangkul seluruh lapisan dan membuang anggapan khalayak.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Humas Citra

ABSTRACT

Public Relations is the spearhead of an agency/institution, to manage a positive image and is able to create a conducive atmosphere and harmonious relations from each element of the relevant agency/institution. UMPR Public Relations, which in carrying out its main duties and functions, has a public relations communication strategy in building its image. By building a good image, prospective applicants will be interested in continuing their studies at UMPR. But in fact for students in Palangka Raya City, UMPR is only used as a last resort when they want to continue their studies. Therefore, further studies are needed regarding the public relations communication strategy that has been implemented by the UMPR Public Relations so far. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques namely observation, interviews, documentation and literature to describe the Public Relations communication strategy in building the image of Muhammadiyah University of Palangkaraya. Based on the research results, it was found that from several series of public relations communication strategies, UMPR Public Relations makes social media the most effective method and media in building an image at this time, because it can reach all levels of society. However, in reality on the ground, the strategy that has been implemented has not fully reached the audience, especially for prospective applicants. There are still a number of things that need to be improved so that the public relations communication strategy can be even better at building an image. More able to embrace all levels and throw away the public opinion.

Keywords: *Strategy Communication Public Relations Image*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi adalah salah satu hal yang paling penting bagi manusia. Dengan berkomunikasi, dapat menghubungkan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari di mana pun berada. Menurut Barnlund (1964) dalam Sendjaja (2014), mendefinisikan bahwa komunikasi merupakan upaya atau tindakan yang mempunyai tiga tujuan: untuk mengurangi ketidakpastian, sebagai dasar bertindak secara efektif, dan untuk mempertahankan atau memperkuat ego.

Komunikasi didalam sebuah instansi/lembaga tentu harus menghasilkan kesamaan pemahaman agar tercapainya tujuan yang diinginkan bersama. Kesamaan pemahaman yang dimaksud yaitu dengan adanya timbal balik, ide, reaksi atau tanggapan dari publik dan ini berkaitan dengan peran seorang *public relations* (PR) atau Humas yaitu sebagai jembatan yang menghubungkan lembaga/instansi dengan publiknya.

Perubahan dan perkembangan terjadi sangat cepat dan mempengaruhi seluruh aspek. Hubungan baik harus terjaga dengan baik dengan seluruh lapisan dan elemen. Maka dari itu strategi komunikasi Humas harus bisa menyesuaikan dan fleksibel terhadap minat, kebutuhan serta perkembangan yang terjadi di khalayak. Hal ini juga dijelaskan oleh Effendy (1992), dalam menggapai tujuan harus menyelaraskan antara bentuk komunikasi praktis dengan menjelaskan bagaimana mengaplikasikannya di lapangan. Artinya harus disesuaikan dengan apa yang terjadi di lapangan saat ini, strategi komunikasi Humas harus bisa mengikuti. Serta Anwar (1984), mengatakan bahwa strategi komunikasi secara keseluruhan tergantung pada kondisi dan situasi di lapangan. Dengan kata lain, untuk menghadapi masa depan, instansi/lembaga atau organisasi harus memiliki strategi yang efektif untuk dapat menjawab tantangan yang dinamis.

Penelitian ini akan difokuskan pada bagaimana Strategi Komunikasi Kehumasan Dalam Membangun Citra di Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. Untuk mengetahui/mendeskripsikan strategi komunikasi Kehumasan dalam membangun citra di Universitas Muhammadiyah Palangkaraya.

Universitas Muhammadiyah Palangkaraya (UMPR) merupakan perguruan tinggi swasta yang terletak di Provinsi Kalimantan tengah, kota Palangka Raya. Sebagai salah satu kampus swasta terbaik di Kalimantan Tengah, UMPR tentu harus memiliki branding dan citra yang baik guna menarik perhatian masyarakat. UMPR mampu beradaptasi dengan perkembangan dan tren yang sedang terjadi, sehingga bisa bersaing dengan perguruan tinggi lain. Salah satu cara guna memiliki branding dan citra yang baik adalah dengan menentukan strategi komunikasi.

Strategi komunikasi kehumasan menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh UMPR mengingat citra yang terbangun dikhalayak akan mempengaruhi minat dari pendaftar untuk melanjutkan studinya di UMPR. Citra UMPR akan sangat berkaitan erat dengan seberapa besar keinginan orang untuk mendaftarkan dirinya, karena citra yang baik akan memudahkan pula dalam promosi penerimaan mahasiswa baru.

Menurut data dari Biro Administrasi Kemahasiswaan dan Alumni (BAKA), jumlah pendaftar cenderung fluktuatif, tidak mengalami peningkatan maupun penurunan. Sedangkan dari pihak Humas UMPR selalu menjalankan Strategi Komunikasi Kehumasan yang di mana hal tersebut seharusnya berpengaruh terhadap jumlah pendaftarnya. Namun pada kenyataannya dalam kurun waktu 5 tahun terakhir jumlah pendaftar cenderung fluktuatif.

Maka dari itu timbul sebuah pertanyaan, bagaimana sebenarnya citra yang terbangun dikhalayak, sehingga UMPR hanya dijadikan opsi terakhir ketika orang ingin melanjutkan studinya. Mengingat sangat disayangkan ketika sudah memiliki predikat kampus swasta terbaik di Kalimantan Tengah, namun setelah digali fakta lapangan bahwa citra yang terbangun, UMPR tidak dijadikan pelabuhan utama untuk melanjutkan studi, khususnya jenjang sarjana. Dengan demikian diperlukannya telaah lebih lanjut mengenai strategi komunikasi kehumasan yang telah dilakukan oleh Humas UMPR selama ini.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif hanya fokus untuk menggambarkan situasi atau peristiwa.

Teknik pengumpulan menggunakan beberapa metode meliputi observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Observasi meliputi peneliti ikut serta dalam pekerjaan yang dilakukan oleh subjek penelitian yaitu Biro Teknologi Informasi dan Kehumasan, bagian Humas dan Protokol Universitas Muhammadiyah Palangkaraya dengan fokus pada strategi dalam membangun citra. Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, dilakukan secara intensif, terbuka dan mendalam. Dokumentasi berupa foto-foto, berita dari media massa dan media sosial yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Kehumasan Universitas Muhammadiyah Palangkaraya dalam melaksanakan Tupoksinya, terlebih dalam membangun citra. Kepustakaan digunakan untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan diambil dari data atau dokumen serta data yang diambil dari tugas-tugas dan fungsi Bagian Humas dan Protokol, berdasarkan dengan fenomena yang terdapat pada lokasi penelitian berupa bahan bacaan.

Langkah-langkah untuk teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data hasil penelitian tentang strategi komunikasi kehumasan dalam membangun citra di Universitas Muhammadiyah Palangkaraya ini memuat strategi komunikasi kehumasan yang diterapkan dan bagaimana citra UMPR terbangun pada khalayak, khususnya dikalangan siswa/i di Kota Palangka Raya, dengan strategi komunikasi kehumasan yang telah diterapkan, apakah citra UMPR terbangun dengan baik.

Dalam melakukan penelitian ini peneliti mengacu pada teori Strategi Komunikasi Effendy (2006), dengan berdasarkan lima indikator Komunikasi yaitu mengenali khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, penggunaan media dan efek yang terjadi. Berdasarkan

analisis terhadap data yang diperoleh, dalam menentukan strategi apa yang digunakan oleh Humas UMPR, maka hasil penelitian yang didapat yaitu:

1. Mengenal khalayak

Memahami target sasaran dalam kegiatan menyampaikan pesan (komunikasi), merupakan hal yang sangat penting karena semua aktivitas komunikasi khalayak adalah komponen utama. Dalam penelitian ini, khalayak yang menjadi target sasaran dalam membangun citra di UMPR biasanya terdiri dari masyarakat luas dan siswa/i yang akan melanjutkan studi.

2. Menyusun pesan

Pada langkah kedua ini, menyusun atau penentuan pesan sebagai strategi setelah mengenal khalayak, yaitu menentukan tema dan materi. Pesan yang disampaikan oleh Humas UMPR tentunya disesuaikan dengan tema dan target khalayaknya. Untuk penyusunan pesan sendiri berdasar pada referensi-referensi yang sudah ada, lalu disesuaikan dengan potensi apa yang sudah ada UMPR. Penyusunan pesan mengadopsi tren dan yang sedang ramai pada saat itu, lalu dimodifikasi sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku di dalam kampus. Menyampaikan pesan sesuai fakta dan realita, sehingga tidak adanya kebohongan pesan kepada khalayak.

3. Menetapkan metode

Setelah penentuan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak untuk mencapai efektivitas komunikasi, maka diperlukannya metode yang sesuai untuk penyampaian pesan tersebut. Pesan yang sampai kepada khalayak dipengaruhi oleh metode apa yang digunakan. Metode yang digunakan Humas UMPR dalam membangun citra dengan memperkenalkan tentang civitas akademika kepada orang tua, khususnya orang tua yang akan menguliahkan anaknya. Strategi yang diterapkan melalui sosial media, melalui Facebook, karena ranah orang tua masih bermain Facebook, atau orang tua yang masih membaca koran dan berita online.

Sedangkan untuk kalangan anak muda saat ini metode yang efektif yakni dengan Instagram dan Tiktok. Penggunaan media sosial yang sedang booming merupakan metode

yang dirasa tepat oleh Humas UMPR, mengingat media sosial tumbuh beriringan dengan tren yang sedang terjadi. Maka Humas UMPR mengikuti pola tersebut. Selain itu juga UMPR menerapkan metode promosi guna membangun citra dengan memasang baliho/spanduk dipenjuru kota Palangka Raya.

4. Seleksi dan penggunaan media

Pada saat pesan yang ingin disampaikan telah siap dengan metode yang sudah disesuaikan, selanjutnya media yang digunakan harus optimal pula. Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, pada penelitian ini bahwasanya media sosial adalah strategi yang efektif dalam proses membangun citra di UMPR.

UMPR memiliki akun sosial media yakni Facebook, Instagram dan Tiktok @umpalangkaraya, hal tersebut mengingat target yang dituju bisa terbilang luas dan tersebar di seluruh kota Palangka Raya. Selain menggunakan media sosial, Humas UMPR juga rutin memuat berita-berita tentang civitas akademika UMPR ke media cetak seperti Kalteng POS. Berita online diwebsite seperti Kumparan dan Antaranews.

5. Efek yang terjadi

Efek yang terjadi merupakan hasil dari strategi komunikasi kehumasan yang telah diterapkan oleh Humas UMPR, dari efek tersebut maka bisa disimpulkan bahwa strategi yang mereka gunakan berhasil atau tidak. Efek tersebut bisa dilihat dari apakah masyarakat mengetahui strategi komunikasi kehumasan yang telah diterapkan Humas UMPR dalam membangun citra, yang dalam hal ini dari hasil wawancara penulis dengan pegawai/staf Humas UMPR dan siswa/i di Kota Palangka Raya.

Berdasarkan observasi didapat hasil yang menunjukkan hasil strategi komunikasi kehumasan dalam membangun citra di UMPR. Dalam proses membangun citra, Humas UMPR mengutamakan dan yang dirasa paling efektif untuk saat ini adalah media sosial, karena hampir semua orang mempunyai media sosial. Walaupun pasarnya berbeda-beda dari tiap umur, misalnya untuk orang tua masih menggunakan Facebook, dari yang muda sampai tua juga ada yang menggunakan Instagram, yang terbaru untuk kalangan anak muda ramai dengan Tiktok.

Pendekatan dilakukan dengan menyampaikan informasi melalui desain grafis yang menarik, diupload pada Instagram @umpalangkaraya. Berisikan informasi, pemberitahuan, publikasi kegiatan-kegiatan dan lain sebagainya yang berguna untuk menunjang citra kampus. Serta membuat konten video-video pendek mengenai informasi seputar civitas akademik, yang dibalut ringan dan bersinggungan langsung dengan kehidupan sehari-hari. Sehingga audiensi akan mudah menangkap maksud dan tujuan dari video tersebut. Tak hanya di Instagram, konten video juga diupload pada akun Tiktok dan Youtube UMPR. Hal tersebut juga ditujukan sebagai nilai jual kampus yang harapannya bisa menambahkan rasa ingin tahu atau rasa penasaran pendaftar.

Pemuatan berita-berita ke berbagai media cetak maupun online rutin dilakukan oleh pihak Humas UMPR. Mulai dari pemberitaan prestasi akademik dan non-akademik, capaian kampus, penghargaan dosen dan mahasiswa bahkan sampai kegiatan yang dilaksanakan oleh UMPR. Walaupun minat baca masyarakat minim, namun strategi komunikasi kehumasan ini tetap penting dijalankan mengingat pemberitaan merupakan media yang sangat berpengaruh terhadap sebuah citra.

Pada observasi lebih lanjut, UMPR tetap menerapkan pemasangan baliho/spanduk di penjuru kota guna menarik perhatian masyarakat. Hal tersebut akan membantu dalam membangun citra, karena dalam narasi dan materi pada baliho/spanduk tersebut memuat keunggulan-keunggulan dari UMPR.

Strategi komunikasi kehumasan yang diterapkan oleh Humas UMPR dalam membangun citra tentu besar harapan akan membuahkan hasil berupa citra yang baik dikhalayak, khususnya dimata calon pendaftar yang berkeinginan melanjutkan studi sarjana. Berbagai upaya dilakukan dalam mengolah strategi komunikasi kehumasan, namun yang menjadi perhatian khusus oleh Humas UMPR adalah bagaimana mengemas itu semua agar selalu relevan dan menarik perhatian khalayak secara luas. Berdasarkan dengan apa yang dikatakan Anwar (1984), bahwa strategi komunikasi secara keseluruhan tergantung pada kondisi dan situasi di lapangan. Dengan kata lain, untuk menghadapi masa depan, instansi/lembaga atau organisasi harus

memiliki strategi yang efektif untuk dapat menjawab tantangan yang dinamis. Hal itulah yang menjadi tantangan untuk Humas UMPR sendiri.

Berdasarkan pada Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Maka dari itu Humas UMPR bisa melihat respon secara langsung dari pengguna media sosial, sehingga bisa menjadi tolak ukur keberhasilan dari strategi komunikasi kehumasan untuk membangun citra.

Setelah melakukan penelitian dengan observasi dan wawancara langsung dengan narasumber terkait, penulis akhirnya mengetahui strategi komunikasi kehumasan yang digunakan Humas UMPR dalam membangun citra. Penulis menganalisa bahwa strategi komunikasi kehumasan yang diterapkan terbilang sudah cukup baik, karena dilakukannya perencanaan, penggunaan metode dan media, serta kontrol dalam menjalankan strategi komunikasi kehumasan dalam membangun citra.

Namun nyatanya strategi komunikasi kehumasan tersebut masih belum menjangkau seluruh lapisan khalayak, khususnya di Kota Palangka Raya. Terbukti pada data yang disampaikan oleh Biro Administrasi Kemahasiswaan dan Alumni (BAKA), jumlah pendaftar yang bersifat fluktuatif menunjukkan citra yang terbangun kurang maksimal. Pada dasarnya, jika citra sebuah kampus terbangun dengan baik dan maksimal, maka akan berpengaruh dengan jumlah pendaftar yang meningkat. Bahkan didapati juga fakta bahwa UMPR hanya dijadikan opsi terakhir untuk melanjutkan studi.

Hal itu diperkuat dengan hasil wawancara dengan siswa/i dari MAN Kota Palangka Raya, SMAN-2 Kota Palangka Raya dan SMKN-3 Palangka Raya, yang menyebutkan bahwa walaupun mereka semua mengetahui UMPR, namun mereka tidak begitu memperhatikan strategi komunikasi kehumasan yang dilakukan oleh Humas UMPR dalam membangun citra. Bahkan juga memperkuat data dari BAKA yang menyebut bahwa UMPR tidak akan dijadikan pilihan

utama untuk melanjutkan studinya, mereka akan berkuliah di UMPR jika memang sudah opsi terakhir. Sehingga membuahkan hasil bahwa UMPR masih dipandang sebelah mata.

Kemudian dari hasil wawancara kepada para siswa/i tersebut juga didapati kesalahpahaman tentang citra yang terbangun, khususnya dikalangan siswa/i di Kota Palangka Raya. UMPR dianggap sebagai kampus yang menerima pendaftar beragama muslim saja, sehingga bagi yang beragama non-muslim tidak bisa mendaftar dan berkuliah di UMPR. Hal itu perlu dijadikan catatan dan perhatian oleh pihak Humas UMPR agar kiranya tidak ada anggapan, bahwasanya UMPR adalah kampus khusus bagi yang beragama muslim. Terbangunnya sebuah citra yang kurang tepat tumbuh ditengah-tengah khalayak.

Dalam hal ini Humas UMPR juga harus mengevaluasi dan berbenah tentang strategi komunikasi kehumasan apa lagi yang perlu diterapkan. Humas UMPR harus bisa menjajakan dan memperlihatkan jati diri kampus yang sebenarnya, sehingga tidak ada lagi misinterpretasi pada khalayak. Citra yang terbangun masih belum sepenuhnya efektif, walaupun dari pihak internal menganggap itu semua baik-baik saja, namun pada nyatanya citra UMPR belum sepenuhnya efektif terbangun. Diperlukannya strategi komunikasi kehumasan yang lebih bisa memperkenalkan UMPR secara lebih mendalam lagi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai bagaimana Strategi Komunikasi Kehumasan Dalam Membangun Citra di Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, menunjukan hasil bahwa Humas UMPR sudah terbilang cukup baik dalam merancang strategi yang diterapkan. Pemilihan metode dan media sudah sesuai dengan kebutuhan khalayak. Sosial media yang dijadikan Humas UMPR sebagai strategi komunikasi kehumasan dalam membangun citra yang paling efektif, memuat berbagai konten yang berguna untuk membangun citra. Namun dalam menjalankan strateginya, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan agar citra yang terbangun bisa maksimal. Mengingat terdapat misinterpretasi citra yang terbangun dikhalayak. Masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan agar strategi komunikasi kehumasan bisa lebih baik lagi

dalam membangun citra. Lebih bisa merangkul seluruh lapisan dan membuang anggapan khalayak, bahwa UMPR hanya dijadikan kampus opsi terakhir ketika ingin melanjutkan studi. Hal tersebut sangat berbanding terbalik ketika UMPR mendapatkan predikat kampus swasta terbaik di Kalimantan Tengah, namun citra di Kota sendiri tidak terbangun dengan maksimal.

REFERENSI

- Arifin, A. 1984. Strategi Komunikasi. Armico. Bandung.
- Arni, M. 2011. Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Bryson, J.M. 2001. Perencanaan Strategic Bagi Organisasi Sosial. Pustaka Pelajar. Jakarta.
- Budyatna, M. dan Ganiem, L.M. 2011. Teori Komunikasi Antar Pribadi. Kencana. Jakarta.
- Cameron, K.S., and Robert, E. Q. 1999. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework. Addison Wesley. Reading, Massachusetts.
- Cutlip, S. M., Center, A.H., and Broom, G.M. 1985. Effective Public Relations, 6th edition. New Jersey. Prentice-hall. Inc, Englewood Cliffs.
- David, F.R., & Forest, R.D. 2015. Strategic Management : A Competitive Advantage Apporach, Concepts, and Cases. 15th edition . New Jersey. Pearson Education.
- Djuarsa, S.S. 2014 . Teori Komunikasi. Edisi 3. Universitas Terbuka. Tangerang Selatan.
- Frank, J. 2003. Public Relations. 5th ed. Daniel Yadin (penerjemah). 2003. Erlangga. Jakarta.
- Grant, R. M. 1999. Contemporary Strategy Analysis. 2nd edition.
- Thomas Secokusumo (penerjemah). 1999. Erlangga. Jakarta.
- Karyaningsih, P. D. 2017. Ilmu Komunikasi. Samudra Biru. Yogyakarta.
- Kustadi, S. 2004. Public Relations Perusahaan : Kajian Program Implementasi. Nuansa. Bandung.
- Lasswell, H.D. 1948. The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), The communication of ideas. Harper and row. New York.
- Liliweri, A. 2011. Komunikasi : Serba Ada Serba Makna. Kencana. Jakarta.
- Marhaeni, F. 2009. Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktik. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Mashudi, F. 2012. Psikologi Konseling. IRCiSoD. Yogyakarta.
- Miles , M. B., & Huberman, A. M. 1992. Analisis Data Kualitatif (T. R. Rohid i, Trans.). UI-Press. Jakarta.
- Moleong, L.J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Morissan. 2008. Manajemen Public Relations : Strategi Menjadi Humas Profesional. Kencana. Jakarta.
- Nova, F. 2009. Crisis Public Relations. PT Grasindo. Jakarta. Rangkuti, F. 2010. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta
- Pongtiku, A., Kayame, R., Rerey, Y.H., Soepraptop, T., Resubun, Y., dan Puspa, R. 2014. Hubungan Masyarakat. Universitas Terbuka. Jakarta
- Roudhonah. 2007. Ilmu Komunikasi. UIN Press : Jakarta.
- Sendjaja, S.D. 2014. Teori Komunikasi Edisi 3. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.

- Soemirat., Soleh., Ardianto., dan Elvinaro. 2007. Dasar-Dasar Public Relation. 5th ed. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Suprpto, T. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi. PT. Buku Seru. Jakarta.
- Van Dijk. 2013. The Culture Of Connectivity: Critical History of Social Media. Oxford Universitas Press. UK.