

## **Strategi Humas dalam Mempertahankan Citra Organisasi di Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Balai Veteriner Banjarbaru**

**Muhammad Alvin Fatahillah Karomy<sup>1</sup>, Muhammad Agus Humaidi<sup>2</sup>, Lieta Dwi Novianti<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Kalimantan Muhammad Asryad Al Banjar Banjarmasin  
e-mail: [anakjulakk26@gmail.com](mailto:anakjulakk26@gmail.com)

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses serta langkah-langkah Strategi Public Relations pada saat menjaga citra organisasi dan prosesnya pada Humas Balai Veteriner Banjarbaru. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan cara observasi dan wawancara. Adapun analisis data yang digunakan yaitu dimulai dari reduksi data, penyajian data hingga penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menemukan bahwa Strategi humas dalam meningkatkan citra Balai Veteriner Banjarbaru yaitu dengan menggunakan media komunikasi, media sosial, konferensi pers dan mengelola website balai. meningkatkan citra Balai Veteriner Banjarbaru ada beberapa langkah yang dilakukan oleh pihak humas yaitu dengan cara memanfaatkan sebuah media komunikasi dan fungsinya sebagai sarana yang digunakan untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat, Humas Balai Veteriner Banjarbaru juga memanfaatkan media online sebagai salah satu wadah untuk meningkatkan citra balai. Humas Balai Veteriner Banjarbaru dengan fokus menyebarkan keadaan yang sehat dan positif serta mengurus media. Untuk itu mereka melaksanakan *press release*, *press conference*, *press events* dan *interview* secara terus-menerus. Balai juga mengelola kegiatan dengan upaya terhadap kendala-kendala yang dialami tersebut diatasi dengan cara membuat agenda bagi setiap anggota humas supaya dapat menjalani tugasnya dengan baik sebagai staff umum.

**Kata Kunci:** *Humas, Strategi, Citra Perusahaan*

### **Abstract**

The purpose of this study is to determine the process and steps of Public Relations Strategy when maintaining the image of the organization and its process in Public Relations of the Banjarbaru Veterinary Center. The research method used is a descriptive qualitative approach. Data were collected by means of observation and interviews. The data analysis used is starting from data reduction, data presentation to drawing conclusions. The results of the study found that the public relations strategy in improving the image of the Banjarbaru Veterinary Center is by using communication media, social media, press conferences and managing the center's website. improving the image of the Banjarbaru Veterinary Center there are several steps taken by the public relations, namely by utilizing a communication media and its function as a means used to channel information to the public, Public Relations of the Banjarbaru Veterinary Center also utilizes online media as a forum to improve the image of the center. Public Relations of the Banjarbaru Veterinary Center focuses on disseminating healthy and positive conditions and managing the media. For that they carry out press releases, press conferences, press events and interviews continuously. The office also manages activities with efforts to overcome the obstacles experienced by creating an agenda for each member of the public relations so that they can carry out their duties well as general staff.

**Keywords:** *Public Relations, Strategy, Corporate Image*

## PENDAHULUAN

Strategi Public Relations (PR) dalam mempertahankan citra organisasi pada Balai Veteriner Banjarbaru merupakan suatu langkah strategis dalam menghadapi berbagai isu yang bersifat publik atau menyangkut publikasi. Di era informasi digital yang serba cepat dan terhubung secara global, mempertahankan citra organisasi menjadi tantangan yang semakin kompleks. Informasi yang beredar di ruang publik, baik melalui media konvensional maupun media sosial, dapat membentuk persepsi publik terhadap institusi. Oleh karena itu, strategi PR yang efektif menjadi kebutuhan mutlak bagi instansi seperti Balai Veteriner Banjarbaru dalam menjaga kredibilitas dan reputasi lembaga di mata publik.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009), Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks ini, peran PR menjadi penting karena berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dan masyarakat luas, sehingga komunikasi yang dibangun harus bersifat strategis dan konsisten. Hal ini sejalan dengan tujuan Kementerian Pertanian melalui Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, termasuk Balai Veteriner Banjarbaru, yang ingin menciptakan citra positif melalui penyampaian informasi yang benar, akurat, dan edukatif kepada publik.

Citra organisasi merupakan kesan atau pandangan masyarakat terhadap organisasi yang dibentuk melalui komunikasi, pengalaman, serta interaksi dengan organisasi tersebut. Menurut Linggar (2018), citra humas adalah kesan yang benar, yang sepenuhnya berdasarkan pada pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas pernyataan yang sesungguhnya. Oleh karena itu, pembentukan citra bukan hanya persoalan komunikasi, tetapi juga integritas dan konsistensi dalam perilaku organisasi.

Dalam melaksanakan tugasnya, humas memiliki tanggung jawab utama untuk menciptakan dan mempertahankan citra organisasi. Menurut Adnanputra (2021), strategi humas adalah alternatif optimal yang dipilih untuk mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana yang terstruktur. Strategi ini mencakup berbagai pendekatan seperti *human relations*, *community relations*, dan *media relations* (Setyawati, 2020). Ketiga elemen tersebut berfungsi untuk menjalin hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal serta memfasilitasi komunikasi dua arah yang produktif.

Lebih lanjut, dalam era digital, keberhasilan strategi PR juga sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam memanfaatkan konten komunikasi yang berkualitas. Dwi dan Yulia (2022) menemukan bahwa konten pemasaran yang informatif, edukatif, dan menghibur memainkan peran penting dalam membangun citra perusahaan. Konten yang baik mampu menarik perhatian publik dan menciptakan kedekatan emosional, sekaligus meningkatkan kredibilitas lembaga.

Selain itu, inovasi dalam komunikasi juga menjadi faktor penting dalam strategi PR modern. Cahyono (2019) menekankan bahwa organisasi yang mampu berinovasi dalam produk, layanan, maupun strategi komunikasi lebih berhasil dalam membangun dan mempertahankan citra positif. Inovasi membantu organisasi tetap relevan dalam menghadapi perubahan sosial dan ekspektasi publik yang dinamis.

Dengan demikian, strategi PR yang terencana, berbasis data, dan didukung oleh pendekatan inovatif merupakan kunci dalam menjaga citra positif Balai Veteriner Banjarbaru. Dalam situasi apapun, baik dalam kondisi krisis maupun dalam menjalankan fungsi komunikasi reguler, PR harus mampu menjadi wajah organisasi yang komunikatif, terpercaya, dan adaptif terhadap perubahan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian yaitu "Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra Organisasi Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Peternakan Dan Kesehatan Hewan Balai Veteriner Banjarbaru".

## METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif. Tipe penelitian yang Metode penelitian yang digunakan yaitu tipe deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk

mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang sedang diselidiki, khususnya terkait Strategi Public Relations (PR) dalam mempertahankan citra organisasi. Menurut Sugiyono (2017), metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini dilakukan di Kantor Balai Veteriner Banjarbaru yang beralamat di Jl. Ambulung No. 24 Loktabat Selatan, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas PR dan interaksi mereka dengan publik secara langsung. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada informan yang relevan agar memperoleh data yang mendalam dan komprehensif. Seperti dikemukakan oleh Moleong (2012), wawancara mendalam sangat efektif dalam penelitian kualitatif untuk menggali makna, pandangan, dan pengalaman subjek. Dokumentasi dilakukan dengan mengkaji dokumen resmi, artikel, situs internet, buku, maupun jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian. Menurut Creswell (2016), penggunaan berbagai sumber data (triangulasi data) meningkatkan validitas dan kredibilitas hasil penelitian kualitatif.

Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif yang terdiri dari tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk menyederhanakan dan mengorganisir data mentah agar lebih fokus pada hal-hal penting. Penyajian data dilakukan dalam bentuk naratif dan matriks agar lebih mudah dipahami. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Miles dan Huberman (1994) menyatakan bahwa proses ini bersifat siklus dan terus berlangsung sepanjang proses penelitian, bukan hanya dilakukan di akhir.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fungsi dan Kinerja Humas Balai Veteriner Banjarbaru

Fungsi dan kinerja Humas Balai Veteriner Banjarbaru yaitu untuk menyampaikan informasi ke masyarakat mengenai kegiatan pemerintah. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Fahrurriyadi S.Pt sebagai Plt. Sub Bagian TU Balai Veteriner Banjarbaru: "*Kami humas memiliki tugas untuk menyampaikan informasi pembangunan ke masyarakat tentang kegiatan pemerintah kepada seluruh masyarakat melalui media-media yang ada*". Menurut salah satu masyarakat yaitu Supian yang mengetahui kinerja dari Humas Balai Veteriner Banjarbaru mengenai citra organisasi yaitu sebagai berikut.

"*Citra humas menurut saya sudah baik cuma kinerja perlu ditingkatkan lagi lah karena masih ada aja beberapa kesan yang kurang bagus misal kerjanya yang cuma posting di sosial media dan kedekatan dengan masyarakat kurang*". Hal ini sejalan dengan pernyataan Don Barnes yang menyebutkan fungsi humas salah satunya yaitu menyediakan sarana bagi upaya-upaya organisasi untuk berkomunikasi atau menjalin hubungan dengan publik. Hubungan dengan publik yang dilakukan oleh Humas Balai Veteriner Banjarbaru menggunakan cara penyampaian informasi melalui media yang digunakan.

### Strategi dan Langkah Humas dalam Meningkatkan Citra Balai

Dalam meningkatkan citra Balai Veteriner Banjarbaru, pihak humas memanfaatkan beberapa strategi seperti media komunikasi yang merupakan sarana untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Media dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia, seperti mata dan telinga. Mereka juga berfungsi sebagai jendela yang memungkinkan kita melihat lingkungan yang lebih jauh, sebagai penafsir yang membantu memahami pengalaman, sebagai landasan penyampai informasi, sebagai penanda pemberi instruksi atau petunjuk, sebagai penyaring atau pembagi pengalaman dan fokus terhadap orang lain, dan sebagai cermin yang merefleksikan pengalaman orang lain.

Strategi online yang digunakan oleh Humas Veteriner Banjarbaru seperti yang disampaikan oleh Bapak Muhammad Badali, S.Kom. selaku Staff Bagian Humas berikut ini : "*Untuk meningkatkan citra balai, penggunaan media online, khususnya medsos, memungkinkan semua hal dapat dilakukan secara online. Model komunikasi saat ini yang sedang kita perhatikan adalah*

*komunikasi online, baik dalam hal pengaduan maupun informasi publik, yang mencakup internet, media sosial, portal informasi publik online (website), dan media lainnya.”*

Adapun media komunikasi langsung yang digunakan Humas Balai Veteriner Banjarbaru kepada publiknya yaitu seperti yang disampaikan oleh Bapak Prima Kurnia Brahmantyo, S.AP. selaku Kepala Sub Bagian TU berikut ini : *“Selain itu, kami secara teratur mengadakan pertemuan formal dan istirahat kopi dengan pihak-pihak terkait untuk memberikan informasi terbaru tentang kebijakan dari Pusat dan Kepala Balai Veteriner Banjarbaru, sehingga pihak-pihak terkait tidak ketinggalan informasi.”*

Untuk memungkinkan publik mengetahui kegiatan kantor, humas Balai Veteriner Banjarbaru menjalin hubungan yang baik dengan media. Menurut Bapak Muhammad Badali, S.Kom., Staf Bagian Humas, *“Dalam meningkatkan citra Balai Veteriner Banjarbaru, humas perlu menjalin hubungan yang baik dengan media dengan melakukan kegiatan seperti press release, press conference, press events, dan interview.”*

Salah satu strategi Humas Balai Veteriner Banjarbaru yaitu menjalin hubungan baik dengan media dengan tujuan menciptakan informasi yang berimbang melalui media langsung dan media tidak langsung. Salah satu strategi tersebut pada akhirnya dapat menciptakan citra positif tidak hanya dengan media tetapi juga dengan stakeholder lain seperti masyarakat. Hubungan yang baik dengan pers sangat berpengaruh dalam meningkatkan citra balai karena melalui publikasi lewat media massa, informasi kegiatan-kegiatan Balai Veteriner Banjarbaru dapat diketahui oleh publik sehingga publik yang masih awam tentang Balai Veteriner Banjarbaru bisa menjadi tahu tentang pelayanan publik di Balai Veteriner Banjarbaru.

Balai Veteriner juga mempunyai agenda berkolaborasi dengan influencer dalam meningkatkan citra balai. Seperti yang disampaikan oleh Saudara Muhammad Indra S.Kom. selaku Staff Bagian Humas Balai Veteriner Banjarbaru sebagai berikut: *“Ya, kolaborasi dengan influencer menjadi semakin populer. Influencer yang memiliki pengikut setia dapat membantu menyebarkan pesan positif tentang Balai Veteriner kepada audiens yang lebih luas. Kami memilih influencer yang nilai-nilainya sejalan dengan kami untuk memastikan bahwa kolaborasi tersebut autentik dan efektif.”*

Strategi humas Balai Veteriner Banjarbaru dalam meningkatkan citra melibatkan upaya berkelanjutan dalam membangun hubungan baik dengan media, mengadakan komunikasi langsung yang efektif dengan para pemangku kepentingan, memanfaatkan teknologi digital, dan terus mengevaluasi serta menyesuaikan strategi berdasarkan umpan balik. Pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan citra yang positif dan memperkuat kepercayaan publik terhadap Balai Veteriner Banjarbaru.

### **Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Humas**

Faktor-faktor pendukung seperti dukungan manajemen puncak, kompetensi sumber daya manusia, teknologi informasi yang memadai, kerjasama dengan media massa, serta dukungan dari pemangku kepentingan internal dan eksternal memainkan peran penting dalam membantu humas meningkatkan citra kantor. Dengan mengoptimalkan semua faktor ini, humas dapat menjalankan strategi komunikasi yang efektif dan berhasil membangun serta mempertahankan citra positif kantor di mata publik.

Di Balai Veteriner Banjarbaru, humas belum berfungsi dengan baik karena pengurus humas melakukan tugas ganda sebagai staf umum. Akibatnya, pengurus humas tidak memiliki banyak waktu untuk melayani publik eksternal dan publik internal tidak puas dengan hasil kerja humas yang sering lambat. Hambatan lain yang sering dihadapi adalah resistensi dari dalam organisasi itu sendiri. Tidak semua anggota organisasi mungkin memahami atau mendukung upaya-upaya humas dalam meningkatkan citra. Terkadang, ada perbedaan pandangan atau kepentingan yang menyebabkan kurangnya koordinasi dan kerjasama antara divisi humas dengan divisi lainnya. Ini dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan ke publik menjadi tidak konsisten atau bahkan kontradiktif, yang tentunya berdampak negatif pada citra Balai Veteriner Banjarbaru. Oleh karena itu, penting bagi humas untuk membangun komunikasi yang baik dan mengedukasi seluruh anggota organisasi mengenai pentingnya citra positif dan bagaimana setiap individu dapat berkontribusi dalam mencapainya.

Humas juga harus menghadapi dinamika dan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat. Dengan semakin beragamnya platform media sosial dan digital, humas dituntut untuk terus mengikuti perkembangan tersebut agar bisa menjangkau audiens dengan lebih efektif. Namun, ini juga menjadi tantangan karena setiap platform memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda, sehingga memerlukan pendekatan yang berbeda pula. Dalam hal ini, humas perlu terus meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mereka tentang media digital serta mengembangkan strategi yang fleksibel dan adaptif.

Faktor eksternal lainnya termasuk persepsi publik yang telah terbentuk sebelumnya dan berita negatif yang mungkin tersebar luas. Meskipun humas telah berusaha keras untuk membangun citra positif, persepsi negatif dari pengalaman masa lalu atau dari informasi yang tidak akurat bisa sulit diubah. Menanggapi hal ini, humas harus proaktif dalam mengelola isu dan krisis dengan memberikan informasi yang transparan dan responsif terhadap keluhan atau kritik yang muncul. Pendekatan ini memerlukan kesabaran dan strategi komunikasi yang terencana dengan baik agar dapat mengubah persepsi publik secara bertahap.

## SIMPULAN

Kesimpulannya, dalam upaya meningkatkan citra Balai Veteriner Banjarbaru, strategi humas yang dilakukan melibatkan penggunaan media komunikasi, media sosial, konferensi pers, dan pengelolaan website balai. Humas Balai Veteriner Banjarbaru memanfaatkan berbagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, termasuk media online yang digunakan sebagai platform untuk meningkatkan citra balai. Fokus utama humas adalah menciptakan citra yang sehat dan positif melalui berbagai kegiatan seperti press release, press conference, press events, dan wawancara secara berkala. Selain itu, untuk mengatasi hambatan yang mungkin muncul, pihak balai menerapkan pembuatan agenda bagi setiap pengurus humas agar mereka dapat menjalankan tugas dengan baik sebagai staf umum sekaligus berperan secara efektif sebagai humas.

Berdasarkan temuan penelitian tentang bagaimana penerapan strategi humas meningkatkan citra Balai Veteriner Banjarbaru, peneliti menyarankan agar balai lebih mengoptimalkan fungsi websitenya dengan memberikan update informasi secara berkala. Dengan demikian, website tersebut dapat menjadi alat yang efektif untuk sosialisasi dan penyebaran informasi kepada publik. Selain itu, untuk meningkatkan reputasi Balai Veteriner Banjarbaru, strategi humas harus terus ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan publik, baik secara internal maupun eksternal, agar lebih responsif dan informatif. Untuk mengatasi masalah yang ada, disarankan agar Balai Veteriner Banjarbaru memiliki staf khusus yang menangani masalah kehumasan. Dengan adanya staf khusus ini, diharapkan strategi kehumasan dapat diterapkan dengan lebih baik, efektif, dan terarah untuk meningkatkan citra balai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnanputra, A. (2021). *Strategi komunikasi humas dalam membentuk citra positif lembaga*. Jakarta: Prenada Media.
- Adnanputra, Ahmad S. (2021). *Public Relations Strategy Book*. Jakarta: Network Bhakti Persada.
- Anggoro, Linggar. (2021). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. (2019). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arianto, B. (2020). *Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Era Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Basuki, A., & Nugroho, P. (2021). *Peran Public Relations dalam Membangun Reputasi Perusahaan*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Bungin, Burhan. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: PT Raja Grafindo.
- Cahyono, A. S. (2019). *Inovasi strategi humas dalam membangun citra perusahaan*. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 5(2), 123-135.
- Cahyono, S. (2019). *Public Relations dan Media Sosial: Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Platform Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations* (9th ed.). New Jersey: Pearson Education.

- Dwi, R., & Yulia, I. (2022). *Peran konten pemasaran dalam membangun citra perusahaan*. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 3(1), 45-55.
- Dwi, R., & Yulia, M. (2022). *Efektivitas Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Firmansyah, R. (2020). *Manajemen Humas dan Citra Perusahaan*. Surabaya: Penerbit Airlangga.
- Gunawan, A., & Purnama, D. (2023). *Public Relations: Teori dan Praktik di Era Digital*. Malang: UMM Press.
- Handayani, T., & Kusumawati, A. (2021). *Implementasi Strategi Humas dalam Meningkatkan Brand Image*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Irawan, D. (2019). *Media Relations: Strategi dan Praktik untuk Meningkatkan Citra Perusahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Junaedi, F. (2020). *Citra Perusahaan: Konsep, Strategi, dan Implementasi Humas*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kartika, S., & Widodo, A. (2022). *Strategi Humas dalam Mengelola Isu dan Krisis Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Khadijah, Siti. (2018). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan*. *Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya*, Vol 2 No 2. Bekasi: Universitas Islam Bekasi.
- Kusumastuti, Frida. (2020). *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kuswanto, Agung. (2019). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Semarang: Fastindo.
- Lestari, M. (2023). *Komunikasi Korporat dan Citra Perusahaan di Era Digital*. Bandung: Penerbit ITB.
- Mulyani, H., & Wijaya, A. (2021). *Public Relations dan Manajemen Krisis: Strategi untuk Meningkatkan Citra Perusahaan*. Yogyakarta: Penerbit Gadjah Mada University Press.
- Mustikasari, A. N. (2014). *Strategi Public Relations PT. Kompas Gramedia Dalam Membangun Citra Perusahaan: Studi Kasus Program Corporate Social Responsibility Bentara Budaya Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Mustikasari, Aditya Ningrum. (2018). *Strategi Public Relations PT. Kompas Gramedia dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus Program Corporate Social Responsibility Bentara Budaya Jakarta)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 3, 21–32.
- Putra, Ilhamdi Prayadi. (2017). *Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bidang Empowerment PT. Pertamina RU-II Dumai*. *JOM FISIP*, Vol. 4 No. 2, 12–20.
- Putra, Y., & Susanto, R. (2021). *Pengaruh Strategi Humas terhadap Citra Perusahaan pada Industri Kreatif*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3), 45–57.
- Rahmawati, S. (2022). *Penerapan Strategi Public Relations dalam Peningkatan Citra Perusahaan Start-Up*. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 10(1), 67–78.
- Rahutomo, Adi Nugroho. (2021). *Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT. PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir*. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No. 2, 324–340.
- Setyawati, D., & Adnani, K. (2017). *Strategi Public Relation Dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism Di Syariah Hotel Solo*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Surakarta.
- Setyawati, E. (2020). *Strategi public relations dalam membangun hubungan dengan publik: Kajian pada lembaga pemerintahan*. *Jurnal Komunikasi Publik*, 12(1), 34–42.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zulfa, Naila. (2020). *Strategi Humas Dalam Menjaga Dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah (Studi Kasus di SMK Negeri 01 Kudus)*. Universitas Negeri Semarang. Semarang.