

## DIFUSI INOVASI PUBLIC RELATIONS (PR) PT PUTERA MULYA TERANG INDAH DALAM MEMANFAATKAN TEKNOLOGI TERAPAN

Faisal Fachric Nurdansyach<sup>1</sup>, Rizqi Ghassani<sup>2</sup>

faisalfachricccc@gmail.com, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

rizqighassani@ukri.ac.id, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

***Abstract:** The existence of a public relations division in an agency, one of which is within a company, is indeed the main point for carrying out one of the programs assigned by the company in terms of providing important information regarding developments, introducing new products and introducing new innovations to audiences such as the wider community, employees the company, therefore stakeholders can receive information conveyed directly or in the field regarding information by attending meetings or being invited directly, the role of public relations is very much considered by institutions, agencies and organizations that do have public relations in order to create good relationships, being harmonious and having chemistry are indeed the main factors in an institution, besides that the role of public relations is able to overcome or minimize problems in companies and other institutions which create sustainable relationships, public relations is also an art and social science that can be used to analyze trends, advise employees and carry out planned programs regarding activities that have the nature of serving, both the interests of organizations or institutions as well as the public interest, apart from that the relationship between community companies has needs that continue to develop and are sustainable*

***Keywords:** Public Relations, diffusion of innovation*

**Abstrak.** Keberadaan divisi public relations dalam suatu instansi yang salah satunya di dalam suatu perusahaan memang menjadi pokok utama guna menjalankan salah satu program yang perusahaan tugaskan dalam hal memberikan informasi-informasi penting seputar perkembangan, pengenalan produk baru serta pengenalan inovasi baru terhadap khalayak seperti halnya masyarakat luas, karyawan perusahaan tersebut, oleh karena itu para stakeholder dapat menerima informasi-informasi yang disampaikan langsung ataupun dilapangan mengenai informasi dengan cara mengikuti pertemuan atau diundang secara langsung, peran public relations sangat diperhatikan dengan baik oleh lembaga, instansi maupun organisasi yang memang memiliki public relations agar terciptanya hubungan baik, harmonis serta memiliki chemistry yang memang menjadi faktor utama dalam suatu lembaga, selain itu peran dari public relations mampu mengatasi ataupun meminimalisir permasalahan pada perusahaan dan lembaga lainnya yang mewujudkan hubungan yang berkelanjutan, public relations juga merupakan sebuah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, menasehati karyawan dan melaksanakan program yang sudah terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang mempunyai sifat melayani, baik kepentingan organisasi ataupun lembaga serta kepentingan umum, selain itu hubungan antara masyarakat perusahaan memiliki kebutuhan yang terus berkembang dan berlanjut

**Kata kunci:** Difusi inovasi, *Public relations*,

### PENDAHULUAN

Hubungan antarmanusia merupakan indikator penting dalam menunjang berbagai kemajuan. Salah satunya komunikasi yang memengaruhi internal maupun eksternal organisasi. Hal ini menjadi tugas Public Relations (PR) yang bertanggungjawab mewujudkan hubungan yang harmonis antarkaryawan, masyarakat maupun lembaga. PR

memiliki peran yang sangat penting dalam penyampaian berbagai informasi di perusahaan, salah satunya informasi mengenai pemanfaatan alat produksi atau teknologi baru. Hal ini dijalankan dengan baik oleh PR PT Putera Mulya Terang Indah (PMTI) terhadap berbagai perubahan inovasi teknologi yang terjadi agar semua karyawan mampu menerima pesan dengan baik terhadap cara pemanfaatan inovasi teknologi.

Peran PR bertugas mengkomunikasikan berbagai informasi dan cara memanfaatkan teknologi Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) yang merupakan proses pengolahan dari air limbah menjadi air bersih. Selain itu, aktivitas PR berubah bentuk menjadi kegiatan profesional. Hal ini disebabkan perkembangan dan kemajuan perusahaan yang salah satunya memiliki teknologi industri berupa meluasnya penggunaan listrik ataupun mesin otomatis, dan hubungan antara masyarakat dan industri memiliki kebutuhan yang terus berkembang, baik dalam hal efisiensi, produktivitas, keamanan, kualitas, maupun keberlanjutan.

Teknologi terapan menjadi penting dalam memenuhi kebutuhan dengan memberikan solusi yang inovatif, efektif, dan efisien dalam mengatasi pencemaran lingkungan. Menurut Kim Harrison (2008: 1) PR sebagai, "fungsi membantu organisasi mencapai tujuan-tujuannya melalui komunikasi yang efektif dan relasi-relasi yang konstruktif. Dari penjelasan tersebut maka fungsi PR dalam organisasi ataupun instansi sangat membantu dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan dengan cara melakukan komunikasi yang efektif kepada publik secara terstruktur dan tersampaikan dengan baik serta membangun relasi-relasi baru, kepercayaan antarindividu maupun kelompok.

PT PMTI merupakan perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang industri tekstil, didirikan pada 1988 berlokasi di Jalan Rancajigang No 200 Majalaya, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Produk yang dibuat adalah kain tenun (woven) yang meliputi kain untuk *fashion, gordyn, jet black*, suiting dan lain-lain dengan konsumen distributor tekstil, industri garmen dan pengolah produk tekstil dalam negeri. PT PMTI mendapatkan sertifikasi sistem manajemen mutu ISO 9001 sejak September 2004, sebagai upaya memperbaiki kinerja produksi untuk menghasilkan mutu produksi yang memenuhi persyaratan.

Alasan peneliti memilih penelitian di PT PMTI karena dalam perkembangan dan kemajuan yang sudah memiliki divisi PR, setelah riset media terdapat lebih dari 3 perusahaan yang memang divisi PR sangat efektif dalam pemberian informasi-informasi terkait perkembangan, kondisi, situasi perusahaannya. Namun divisi PR dalam media sosial tidak efektif bahkan peran di sosial media tidak terlihat. Selain itu PT PMTI memiliki teknologi terapan yang memang dikenal sangat baik.

Karena itu peneliti ingin lebih mengetahui divisi PR PT PMTI dalam memanfaatkan teknologi terapan, serta ingin mengetahui secara jelas cara PR dalam memberikan informasi seputar perusahaan dalam sisi internal maupun eksternal, serta cara mengatasi kekurangan dalam penyampaian informasi.

## **KAJIAN TEORITIS**

PR sangat diperlukan dan diperhatikan untuk keberlangsungan perusahaan yang berhubungan dengan karyawan dan masyarakat. Pada perubahan teknologi yang sangat pesat PR menjadi garda terdepan untuk mengatasi masalah terkait hubungan antarkaryawan ataupun masyarakat mengenai informasi yang harus disampaikan dengan baik, karena tidak semua orang mampu memahami, maka komunikasi yang baik agar karyawan/masyarakat mudah memahaminya. Tugas PR sangat vital untuk memberikan pengarahan mengkomunikasikan mengenai informasi yang akan disampaikan dengan cara bagaimana, serta teknologi terapan yang sangat banyak aspeknya. Selain itu, dengan teknologi terapan dapat memudahkan suatu pekerjaan khususnya perusahaan dalam bidang tekstil.

Sudah menjadi rahasia umum industri tekstil di Indonesia semakin maju dan menggunakan teknologi terapan. Namun sosialisasi serta penggunaannya memerlukan kepiawaian agar hasil dari pemanfaatan teknologi efektif. Seperti yang dikatakan Jefkins et al (2003: 10), PR diartikan sebagai bentuk komunikasi terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Dalam penyampaian berbagai informasi mengenai teknologi terapan ini, terdapat beberapa faktor yang menghambat dalam prosesnya. Di antaranya faktor usia yang menghambat pengetahuan serta daya tangkap terhadap apa yang dikomunikasikan. Karena itu persaingan antara perkembangan teknologi dengan pemahaman karyawan tidak selalu berjalan dengan baik. PR dapat diartikan sebagai manajemen yang mampu membangun, serta mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik, harmonis maupun bermanfaat antara organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya organisasi.

Pada era globalisasi, organisasi bisnis dituntut semakin aktif dalam menyikapi situasi dan kondisi lingkungan sekitar instansi yang semakin cepat berubah dan mengalami banyak perubahan. Organisasi publik juga semakin lama semakin kritis, semakin cerdas, sehingga lembaga satu dengan lainnya dapat bersaing serta menuntut kinerja instansi/lembaga menjadi semakin profesional. Menurut (Cultip Center & Broom, 2006 :6). Organisasi juga diharapkan peka dalam isu yang berbagai macam gejolak di masyarakat, dengan begitu PR cepat tanggap dalam penanganan. Dengan begitu bisa bertahan menghadapi persaingan dan perubahan yang terus menerus terjadi disekitar organisasi.

Menurut Oemi Abdurrachman (1995: 35), tugas PR menyelenggarakan komunikasi yang bersifat persuasif dan informatif” relations, bisa di tulis dengan singkat menjadi PR, dan lazim disebut purel atau hubungan masyarakat, masih merupakan bidang baru, terutama di Indonesia. PR merupakan seni dan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan kegiatan yang melayani, baik dalam kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.

Peneliti menggunakan teori difusi inovasi dari (Everet M. Rogers Sejak tahun 1950) yang membahas mengenai ide-ide baru serta fokus terhadap informasi-informasi dalam penyebaran pesan dengan cara di komunikasikan secara komprehensif, berdasarkan tingkat kesiapan dalam menerima ide atau objek baru, petualangan yang paling awal mengadopsi ide-ide baru. Selain itu peneliti menggunakan teori difusi inovasi sebagai acuan bagi peneliti agar dapat memecahkan suatu hal yang akan dituntaskan oleh peneliti di lapangan. Difusi merupakan suatu jenis komunikasi khusus yang berkaitan dengan penyebaran pesan pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi di definisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama (Ardianto dan Erdiyana, 2004: 62).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena dapat memahami fenomena secara mendalam dan langsung di lapangan. Hal ini memungkinkan peneliti mencari beberapa makna dan perspektif serta pengalaman secara lebih detail, selain itu bersifat lebih fleksibel dan memungkinkan penyesuaian peneliti selama proses penelitian berlalu. Pendekatan kualitatif mempunyai sifat induktif yang mampu mengembangkan pemahaman dari sumber informasi.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis. Salah satu dari beberapa paradigma

sosial yang menganggap bahwa kebenaran atau realitas sosial dapat dilihat sebagai wujud konstruksi dari lingkungan sosial, serta kebenaran yang peneliti lihat sudah pasti bersifat relatif yang berbeda bagi setiap manusia, hal inilah yang dapat peneliti katakan sebagai multirealitas. Fokus utama paradigma konstruktivis yakni memenuhi realitas sosial dikonstruksi secara aktif dalam konteks sosial ataupun budaya tertentu, memahami suatu kebenaran, serta memahami keragaman konstruksi dalam sebuah makna.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini melakukan wawancara secara mendalam dengan beberapa informasi secara langsung. Peneliti mendapatkan beberapa informasi-informasi yang dibutuhkan serta mendapatkan data lengkap dari beberapa informan, di antaranya pihak perusahaan maupun masyarakat sekitar.



Gambar 1  
Foto Perusahaan dan Informan Penelitian

Peneliti melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan informan penelitian, sehingga memperoleh fakta-fakta yang sesuai dengan kebutuhan penelitian mengenai Analisis PR Dalam Pemanfaatan Teknologi Terapan PT. PMTI. Hasil penelitian berbentuk data yang peneliti kumpulkan selama berada di lapangan lalu di kroscek berdasarkan pernyataan peneliti. Hasil penelitian menjelaskan beberapa tanggapan dari para informan. Peneliti mendapatkan informasi data yang bermanfaat untuk analisis ilmiah sesuai kebutuhan penulis. Hasil wawancara mengenai informasi- informasi yang dibutuhkan peneliti.

### **PR dalam pemanfaatan teknologi**

PR merupakan profesi yang menghubungkan antara lembaga atau organisasi dan publik yang ikut menentukan keberlangsungan hidup lembaga tersebut. Karena itu, PR berperan menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen, memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. PR pada dasarnya menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan baik dengan publik, dalam arti sebagai penghubung antara lembaga publik dan masyarakat agar tercapai saling pengertian, kerjasama dan sinergi yang berdampak positif antara berbagai pihak yang ada. Dengan teknologi terapan berbentuk IPAL sangat berpengaruh baik bagi karyawan, masyarakat terutama bagi perusahaan. PR dapat memanfaatkan teknologi terapan dengan cara memberitahukan perkembangan teknologi kepada karyawan dalam suatu pertemuan, bukan hanya menginformasikan mengenai teknologi terapan tersebut ada beberapa hal penting yang harus saya sampaikan, namun dengan adanya teknologi terapan tersebut merupakan suatu inovasi baru yang belum tentu

karyawan disini mengetahui secara jelas bahkan pabrik-pabrik tekstil lain di majalaya yang mempunyai teknologi IPAL namun tidak mengolahnya menjadi air bersih.

Difusi merupakan suatu jenis komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat jika dikaitkan dengan teori difusi inovasi, maka teknologi terapan memanfaatkan perkembangan zaman tentunya inovasi-inovasi yang bersifat baru mampu meningkatkan kualitas suatu perusahaan yang salahsatunya pengolahan air limbah menjadi air bersih yang tentunya menjadi kebutuhan keberlanjutan.

Solusi public relations dalam menangani kekurangan dalam memberikan informasi kepada karyawan PT Putera Mulya Terang Indah.

Dalam kamus komunikasi menurut (Effendy: 2003: 150). *Public relaions* internal didefenisikan sebagai hubungan masyarakat yang diselenggarakan oleh pimpinan organisasi atau seseorang, yang ditugasi orang-orang yang mempunyai kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik dalam rangka membina hubungan kerjasama dengan dilandasi azas saling pengertian dan saling percaya. Hal utama yang dilakukan PR internal yaitu melaksanakan kegiatan program K3 Kesehatan, Keselamatan Kerja merupakan program edukasi, pelatihan khusus bagi karyawan yang bertujuan agar karyawan lebih memahami aturan-aturan, bahkan aturan baru dalam perusahaan. Selain itu, perkembangan IPAL yang langsung dikelola menggunakan teknologi terapan dengan memanfaatkan inovasi baru, tentunya lebih mengenal aturan-aturan yang berlaku.

Karena itu, PR rutin melaksanakan program tersebut dalam jangka waktu dua kali dalam sepekan. Harapan PR dengan adanya program K3 mampu membangun *chemistry* antar kelompok dalam suatu perusahaan tentunya tanpa adanya mis komunikasi satu sama lain, selain itu saling menguntungkan dalam hal-hal yang bersifat baik bersama-sama. Jika dikaitkan dengan teori difusi inovasi maka beberapa pesan yang disampaikan oleh *public relations* menggunakan cara menjalankan program untuk menyampaikan beberapa informasi penting yang tentunya stakeholder dapat menerima pesan dengan baik. Berikut merupakan gambaran keberlangsungan program K3 *public relations* di PT Mulya Terang Indah sebagai salah satu proses penyampaian berbagai program serta menjadi wadahkoordinasi termasuk untuk pemanfaatan teknologi yang terdapat di internal perusahaan.



Gambar 2

Program K3 Public Relations PT Mulya Terang Indah

**Solusi PR dalam menangani kekurangan informasi kepada masyarakat.**

Menurut Effendy (2003:150) yang menjadi sasaran penting dalam kegiatan eksternal PR adalah para pengunjung, khalayak sekitar, instansi pemerintahan dan pers serta yang lainnya yang jelas memiliki keterkaitan atau juga yang diharapkan ada keterkaitannya dengan perusahaan atau organisasi. Dengan kelompok-kelompok tersebut *public relations* harus senantiasa diadakan hubungan komunikasi dalam rangka membina hubungan yang harmonis, karena hubungan yang baik ini turut menentukan sukses atau tidaknya tujuan yang akan dicapai suatu perusahaan. Cara yang dilakukan PR eksternal dalam menyampaikan informasi- informasi kepada masyarakat yaitu mengundang beberapa tokoh masyarakat seperti ketua RW ke perusahaan lalu mengadakan musyawarah bersama pihak perusahaan.

Dengan melakukan hal hal tersebut informasi yang disampaikan lebih jelas serta lebih baik, isi dari informasi dapat dipahami masyarakat. Jika dikaitkan dengan teori difusi inovasi maka Di dalam teori difusi inovasi terdapat point penting yang saling terhubung agar suatu pembahasan lebih terancang dengan baik yaitu tahap pengetahuan yang harus kita ketahui, setelah kita melaksanakan tahap diatas lalu kita melakukan tahap tersebut untuk pengertian dapat diketahui sebagai berikut:

### Tahap Pengetahuan

Berdasarkan informasi mengenai tahap pengetahuan para informan mengenai tugas PR dalam hal menyampaikan informasi-informasi kepada karyawan dan masyarakat sekitar dengan cara mengadakan pertemuan, melakukan program pelatihan, edukasi yang dinamakan program K3 Keselamatan, Kesehatan, Kerja yang meliputi berbagai macam informasi-informasi yang tentunya sangat penting salahsatunya terkait menyampaikan informasi memanfaatkan teknologi terapan merupakan langkah yang tepat menjadi suatu tahapan baru ataupun informasi baru, oleh karena itu tugas baru bagi *public relations* untuk memberikan informasi kepada karyawan bahkan masyarakat, karyawan memahami terkait informasi informasi yang telah disampaikan oleh *public relations* diantaranya pemanfaatan teknologi terapan yang sudah menjadi kebutuhan bagi seorang *public relations* dan karyawan perusahaan karena memberikan kemudahan bagi pengguna selama mereka beraktivitas beberapa masyarakat juga menyadari dan mengetahui fungsi dari adanya teknologi terapan yang menyajikan manfaat yang diberikan sesuai dengan kebutuhan demi keberlanjutan perusahaan.



Gambar 3

Kunjungan masyarakat ke perusahaan

### Tahapan sistem *public relations* dalam perusahaan

Beberapa tahapan mengenai kepastian dari suatu perusahaan yang menggunakan *public relations*, maka dari hal tersebut peneliti harus mengetahui tahap-tahap mengenai tugas PR

dalam perusahaan, dengan memastikan keefektifan peran yang sangat penting dari PR, berikut adalah tahap-tahap PR di PT. PMTI: a). *Deliberate* (Disengaja), ketika berbicara mengenai hal tersebut maka *public relations* melakukan hal yang disengaja di suatu perusahaan memberikan informasi-informasi yang memiliki sifat penting bagi *public relations*, karyawan demi menjaga keberlangsungan, b). *Planned* (Rencana), rencana yang dimiliki PR untuk menyampaikan informasi sebagai bentuk profesional kerja atau bentuk tanggung jawab *public relations* dengan cara menerapkan program K3 (Kesehatan, Keselamatan, Kerja). Program tersebut meliputi aspek yang harus karyawan ketahui selama proses kerja di PT PMTI. Dengan program tersebut informasi yang disampaikan cepat dipahami karena sifatnya verbal atau langsung. Program tersebut dilaksanakan selama 2 kali dalam sepekan, agar tercipta keharmonisan dan jalinan antara karyawan dan divisi lain, c). *Performance* (Penampilan) *Performance public relations* PT. PMTI memiliki prinsip jangka panjang dalam menyusun rencana melakukan komunikasi yang efektif agar tercapai tujuan perusahaan. Selain itu, mengembangkan program dan kegiatan PR yang sesuai dengan aturan perusahaan. d). *Public Interest* (Kepentingan Umum), kepentingan umum PR dalam menjalankan tugas perusahaan, merupakan bentuk dalam membangun serta menjaga hubungan yang baik dengan publik, khususnya dalam memberikan dampak baik bagi masyarakat dengan cara tanggung jawab sosial yang baik dengan cara melibatkan masyarakat dan menjadikannya sebagai karyawan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

PR PT PMTI mempunyai karakter dan tugas yang berbeda dan dibagi menjadi dua di antaranya PR internal yang berfokus memberikan informasi kepada internal sedangkan PR eksternal memberikan informasi-informasi kepada masyarakat sekitar yang memerlukan informasi mengenai perkembangan perusahaan. Peran PR dalam masalah yang terjadi antara perusahaan dengan karyawan, mampu terselesaikan dengan baik dan dapat di minimalisir dengan cara melakukan tugas dan kewajiban. Selain itu adanya teknologi terapan mampu menjadi opsi baik dalam hal pemanfaatan teknologi terapan dengan cara mengadopsi informasi terkait perkembangan teknologi terapan kepada karyawan ataupun masyarakat.

## DAFTAR REFERENSI

### Buku:

Ardianto, Elvinaro M.Si . 2019 *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, Remaja Rosdakarya . Bandung.

H. Mukarom Zainul, M,Si Muhibudin Wijaya Laksana , S.Sos., M.Si. April 2019 *Manajemen Public Relation* . Bandung Pustaka Setia .

Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

### JURNAL:

Dandy Prasetyo, D. (2023). *Strategi Marketing Public Relations Pada Cv. Sakana Indo Prima* (Doctoral dissertation, Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta).

Fajar, A. (2011). Sistem kendali dan strategi penanganan (manajemen) krisis dalam kajian public relations. *Jurnal Aspikom*, 1(3), 279-286.

Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.

- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam”. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870-880.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- M. R., Fauzi, M. S., & Naheria, N. (2022). Analisis Keterampilan Servis Pendek Dan Servis Panjang Atlet PB. Hollywood Kota Samarinda. *Borneo Physical Education Journal*, 3(1), 1-7.
- Nasution, I. A. (2019). Peranan Public Relations Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Hotel Garuda Plaza. *Warta Dharmawangsa*, 13(3). II, B. 2.1 ANALISIS SWOT 1. Pengertian Analisis SWOT. ANALISIS SWOT PADA PRODUK IB MULTIGUNA BANK JATENG SYARIAH KCPS SEMARANG BARAT, 11.
- Rahimsyah, M. L., Hayati, A. N., & Arapah, R. N. (2021). Analisis terhadap aplikasi whatsapp dan line menggunakan metode usability dalam teknologi komunikasi. *JTIK (Jurnal Teknik Informatika Kaputama)*, 5(2), 321-326.
- Rini, K. S., Rusmiwari, S., & Widodo, H. P. (2017). Peran humas dalam meningkatkan citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 6 (1).
- Setyawan, S. (2017). Pola proses penyebaran dan penerimaan informasi teknologi kamera DSLR. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 9(2), 146-156.
- Rafi, M. (2020). *Fungsi Public Relations Dalam Mengkomunikasikan Media Online Medcom. Id* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Wulanjari, N. (2016). Peran Public Relations Di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata Dan Kebudayaan (POPK) Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran-S1*, 5(1), 51-59.