Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (2) 2025, Page: 2562-2570

Peran Humas dalam Hubungan Media untuk Mendukung Kegiatan Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Kemenhub

Putri Balqis Azzahra[1], Hadiyanto[2]
[12] Sekolah Vokasi IPB University
Corresponding Author: Balqis, e-mail: Balqisazzahrap@gmail.com

Published: May, 2025

ABSTRAK

Hubungan media merupakan elemen penting dalam strategi komunikasi publik, terutama di instansi pemerintah seperti Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (DJPL) Kementerian Perhubungan. Teori humas menekankan pentingnya komunikasi dua arah, praktik di lapangan menunjukkan bahwa hubungan media masih cenderung satu arah dan kurang interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk hubungan media yang diterapkan oleh Humas DJPL serta menganalisis proses komunikasinya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun DJPL telah secara rutin melaksanakan kegiatan media relations masih perlu ditingkatkan dengan menerapkan strategi yang lebih partisipatif dan memanfaatkan media digital secara optimal.

Kata kunci: humas, hubungan media, komunikasi publik, DJPL, media relations.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

` Pada era digital saat ini, media massa memainkan peran strategis dalam membentuk opini publik serta menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Kementerian dan lembaga pemerintah, termasuk Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (DJPL), perlu memanfaatkan hubungan media secara efektif untuk membangun citra positif serta menyampaikan informasi yang akurat kepada masyarakat. Hubungan media yang baik tidak hanya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah (Pandiangan *et al.* 2023).

*Public relation*s atau hubungan masyarakat adalah bagian dari ilmu komunikasi. Humas menjalankan fungsi dari manajemen yang membantu memelihara dan merespon publik. Humas ada untuk menjembatani informasi baik di dalam suatu organisasi dan juga kepada publik (Purwo *et al.* 2020).

Humas memiliki peran penting dalam membangun dan mengelola hubungan dengan media guna memastikan bahwa pesan organisasi tersampaikan dengan baik. Menurut Karine, Solahudin, & Cholidah (2021), strategi *media relations* yang efektif harus melibatkan komunikasi dua arah yang terbuka, penyampaian informasi yang konsisten, serta pemanfaatan berbagai platform media untuk memperluas jangkauan pesan. Pada Humas DJPL, hubungan media menjadi krusial untuk

menyampaikan kebijakan, program, serta inisiatif terkait transportasi laut secara efektif kepada masyarakat luas. Peran humas terbesar bagi sebuah organisasi adalah menciptakan, meningkatkan, dan menjaga citra organisasi di mata masyarakat atau publiknya (Mustafa 2017). Jadi bisa dikatakan humas bertugas menjaga keserasian antara suatu organisasi dan publiknya. Pada praktik, humas pemerintah sehari-hari, informasi yang biasa disajikan adalah berita mengenai program, kebijakan, hingga kegiatan pemerintah, baik yang sudah, sedang, dan akan dilaksanakan oleh instansi tersebut (Anam *et al.* 2022). Menurut Farleni dan Widayatmoko (2019) *Media relations* merupakan fungsi humas yang memiliki pengertian dalam membina hubungan baik serta kerja sama dan memiliki sifat saling menguntungkan. Kegiatan *media relations* seorang humas dan pers keduanya berkaitan satu dengan lainnya yang dapat bersifat saling menguntungkan dan merugikan bagi kedua pihak.

Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut memiliki tugas dan bertanggung jawab untuk menerima dan mengevaluasi laporan hasil kerja yang telah diselesaikan oleh tim pelaksana. Humas DJPL berkoordinasi dengan penanggung jawab sebelum melaksanakan pekerjaan. Mulai dari menyiapkan data dan informasi yang berkaitan dengan kegiatan kehumasan di lingkungan Direktorat Jenderal Perhubungan Laut untuk keperluan peliputan, serta melaporkan hasil kerja mereka kepada Humas DJPL guna mengevaluasi berita yang telah diliput. Tantangan dalam membangun hubungan media yang optimal masih menjadi perhatian utama. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain kurangnya koordinasi antara humas dengan media, keterbatasan akses terhadap informasi yang relevan, serta dinamika perubahan media yang semakin cepat (Pandiangan *et al.* 2023). Pemahaman yang lebih mendalam sangat diperlukan untuk membentuk hubungan media yang diterapkan oleh Humas DJPL, serta bagaimana proses komunikasi yang dilakukan untuk memperkuat hubungan dengan media massa.

Media sosial Instagram oleh Humas DJPL masih kurang interaktif, yang berdampak pada rendahnya engagement dengan publik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun platform digital telah dimanfaatkan, efektivitas komunikasi masih perlu ditingkatkan.

Humas DJPL menunjukkan perlu adanya inovasi dalam pengelolaan bentuk hubungan media lainnya agar tetap relevan dan efektif. Peran Humas DJPL diharapkan dapat menerapkan proses komunikasi dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan media melalui pemahaman praktik *media relations* yang efektif dan dapat memberikan rekomendasi bagi Humas DJPL dalam mengoptimalkan strategi komunikasi mereka. Latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah ini adalah bentuk hubungan media yang diterapkan oleh Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut dalam menjalin kerja sama dengan media massa, serta bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh Humas DJPL dalam membangun hubungan dengan media.

Tujuan yang akan dibahas dalam Laporan PKL ini adalah untuk menjelaskan bentuk peran hubungan media yang diterapkan oleh Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (DJPL), serta

untuk menjelaskan proses komunikasi yang dilakukan oleh Humas DJPL dalam membangun hubungan dengan media massa.

Studi Literatur

Hubungan Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), peran berarti ikut ambil dalam bagian suatu kegiatan tertentu. Dalam suatu lembaga atau organisasi, seorang humas mempunyai peran penting guna mendukung tercapainya suatu tujuan organisasi tersebut. Praktisi humas merupakan sebuah profesi yang menjadi jembatan bagi lembaga dengan publiknya, baik publik eksternal ataupun publik internal agar tetap saling memberikan pengertian yang membawa kelangsungan hidup lembaga tersebut (Karine *et al.* 2021).

Tujuan dari *public relations* atau humas melekat juga dengan tujuan lembaga. Menurut Silviani (2020) terdapat 4 yang menjadi tujuan *public relations* yaitu; Pertama, membentuk citra positif; Kedua, menjaga agar citra tetap positif; Ketiga, memajukan citra positif; Keempat, membenahi citra jika terjadi penurunan.

Public relations merupakan sebuah fungsi manajemen yang bertugas untuk membuat, merencanakan dan juga mengevaluasi semua kegiatan yang sudah direncanakan untuk menciptakan dan membangun suatu hubungan baik antara organisasi dengan publiknya (Purwo *et al.* 2020). *Public Relations* tindakan menghubungkan dan berkomunikasi melalui berbagai hubungan yang mungkin dibentuk oleh sebuah bisnis atau organisasi dengan publik (Herika *et al.* 2018).

Hubungan Media

Hubungan media merupakan suatu proses yang lebih ilmiah, ditandai oleh

analisis terhadap karya-karya sebelumnya yang dihasilkan oleh para reporter, sudut pandang mereka mengenai isu-isu tertentu, serta interaksi yang telah terjalin sebelumnya (Herika *et al.* 2018). *Media relations* dapat menggunakan media massa atau media sosial yang saat ini cukup efektif dan viral dikalangan masyarakat (Hermawan 2020).

Menurut Gifari dan Purnama (2017) ditemukan banyak manfaat dari *media relations* yang berhubungan dengan teori dari tujuan *public relations*. Pertama menumbuhkembangkan citra yang positif untuk publik eksternal, kedua mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan, ketiga mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *public relations. Media relations* adalah aktivitas komunikasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (balance) (Febriandi, 2017).

Hubungan Media melibatkan kerja sama dengan media untuk menginformasikan misi, kebijakan, dan praktik organisasi secara positif, konsisten dan dapat dipercaya. Biasanya, ini berarti berkoordinasi secara langsung dengan orang-orang yang bertanggung jawab untuk memproduksi

berita dan fitur di media massa. ' Tujuan dari hubungan media adalah memaksimalkan liputan positif di media massa tanpa membayarnya secara langsung melalui periklanan (Herika *et al.* 2018).

Media relations adalah Aktivitas Komunikasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (balance). Melalui aktifitas *media relations*, maka hubungan antara organisasi dengan media diharapkan akan lebih baik dan positif. Manfaat *Media Relations* dapat dirasakan oleh kedua pihak. Diharapkan dengan adanya hubungan media, maka akan mempermudah kedua pihak saling memahami situasi dan kondisi kerja masing- masing. Selain itu, bisa saling mendiskusikan hal-hal terbaik untuk kerjasama antara kedua pihak, Mempublikasikan informasi tentang organisasi bukanlah hal yang mudah, terutama jika informasi tersebut tidak memiliki nilai berita atau tidak bermanfaat bagi masyarakat. Diperlukan strategi yang tepat serta upaya nyata untuk membangun hubungan yang baik antara organisasi dan media massa (Andjani 2019).

Media

Pandangan integrasi sosial, media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari pengunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki (Feroza *et al.* 2020).

Media dibagi menjadi beberapa jenis. Pertama, media visual, yang menyampaikan informasi melalui elemen yang dapat dilihat oleh indra penglihatan. Kedua, media audio- visual, yang menggabungkan suara dan gambar, seperti video. Ketiga, media audio, yang mengandalkan pesan suara dan berkaitan erat dengan indra pendengaran. Kata "media" sendiri berasal dari bahasa Latin, yaitu 'medium', yang secara harfiah berarti perantara atau pengirim pesan (Fadilah *et al.* 2023).

METODE

Penelitian ini berlangsung secara luring di Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, khususnya di Direktorat Jenderal Perhubungan Laut yang terletak di Jl. Medan Merdeka Barat No. 8, Gedung Karya Lantai 20, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat, DKI Jakarta.

Jenis data yang dikumpulkan terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara, observasi, dan partisipasi aktif selama masa magang. Metode ini mencakup wawancara mendalam dengan Humas, pengamatan terhadap aktivitas hubungan media yaitu Forwahub, serta pengalaman langsung dalam proses komunikasi Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai pengalaman dan praktik humas secara individual. Data sekunder diambil dari dokumen resmi, jurnal ilmiah, laporan kegiatan kehumasan, serta literatur relevan lainnya. Sumber-

sumber ini terdiri dari arsip publikasi humas, kebijakan media relations, dan hasil penelitian sebelumnya yang mendukung analisis serta pembahasan data dalam penelitian ini.

Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data meliputi daftar pertanyaan wawancara dan perangkat pendukung seperti telepon genggam. Daftar pertanyaan wawancara disusun secara sistematis agar semua aspek penting dari topik dapat dieksplorasi secara mendalam. Pendekatan semi terstruktur dipilih agar informan memiliki kebebasan untuk menyampaikan pandangan dan pengalaman mereka lebih luas. Telepon genggam digunakan untuk merekam hasil wawancara, mencatat temuan penting, mendokumentasikan kegiatan, serta menjalin komunikasi dengan narasumber.

Teknik pengumpulan data yang diterapkan mencakup partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi literatur. Partisipasi aktif dilakukan dengan melibatkan peneliti secara langsung dalam kegiatan Humas DJPL, sehingga dapat memperdalam pemahaman kontekstual mengenai penerapan hubungan media di lingkungan kerja. Observasi dilaksanakan untuk mencatat perilaku, pola komunikasi, dan kebiasaan dalam proses hubungan media. Wawancara diadakan untuk menggali informasi lebih dalam dari narasumber yang memiliki pengalaman dan keahlian di bidang ini. Studi literatur bertujuan untuk memperkuat kajian teoritis dan memahami pendekatan yang telah digunakan dalam penelitian sejenis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang didukung oleh teori *media relations* dan teori komunikasi simetris dua arah yang dikemukakan oleh (James E. Grunig, 2023). Teori-teori ini berperan penting dalam menganalisis cara Humas DJPL membangun komunikasi yang saling menguntungkan antara organisasi dan media massa. Pendekatan ini menekankan pentingnya keseimbangan dalam pertukaran informasi, dialog yang terbuka, serta penciptaan hubungan yang didasarkan pada kepercayaan dan pemahaman yang mendalam antara kedua pihak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Humas dalam Hubungan Media di DJPL

Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (DJPL) melaksanakan tugasnya untuk membangun hubungan yang positif dengan media melalui berbagai metode komunikasi yang strategis dan berkelanjutan. Komunikasi ini mencakup penyebaran siaran pers secara berkala, penyelenggaraan konferensi pers yang dilakukan untuk merespons isu-isu terkini, peliputan langsung oleh media, serta kegiatan press tour ke wilayah-wilayah yang relevan dengan kebijakan transportasi laut. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar para jurnalis dapat langsung melihat penerapan kebijakan di lapangan, serta menghasilkan laporan yang akurat dan membangun.

Salah satu pendekatan penting yang dijalankan DJPL adalah menjalin komunikasi informal melalui grup WhatsApp dengan Forum Wartawan Perhubungan (Forwahub). Grup ini menjadi media interaksi yang responsif dan fleksibel antara humas dan media nasional maupun lokal. Kehadiran

Forwahub mempermudah humas dalam menyampaikan informasi secara cepat dan langsung kepada para jurnalis, terutama ketika ada agenda atau peliputan mendadak. Komunikasi yang dijalin dalam grup tersebut tidak terbatas pada informasi formal, tetapi juga membangun kedekatan emosional, yang menjadi dasar hubungan jangka panjang yang sehat antara institusi dan media.

Peran ini menunjukkan keterkaitan yang erat dengan pendekatan two-way symmetrical communication dari James E. Grunig (2023), komunikasi bersifat dua arah, terbuka, dan saling mendukung. DJPL tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima masukan dari media, merespons kebutuhan jurnalis, dan menyesuaikan format komunikasi dengan konteks isu yang berkembang. Hubungan ini menjadi bagian penting dalam menjaga transparansi serta membangun kepercayaan publik melalui peran media sebagai perpanjangan suara lembaga pemerintah.

Peran Media dalam Publikasi Kegiatan DJPL

Media memiliki posisi strategis sebagai penghubung utama antara pemerintah dan masyarakat. Humas DJPL menggunakan media untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan program, kebijakan, serta capaian instansi kepada publik secara luas. Kegiatan seperti kampanye mudik gratis, peluncuran kapal perintis, serta pengawasan angkutan laut menjadi contoh program yang secara aktif dipublikasikan melalui media massa.

Humas DJPL menjalin kerja sama dengan media dalam kegiatan peliputan langsung, penyediaan narasumber, dan distribusi informasi berbasis fakta. Melalui kerja sama ini, pesan pemerintah dapat diterima masyarakat dalam bentuk yang mudah dipahami dan terpercaya. Informasi yang disebarkan tidak hanya berupa teks, tetapi juga mencakup konten visual seperti video dan infografis, yang dikemas secara menarik oleh media. Peran media ini menunjukkan bahwa tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai mitra dalam membentuk narasi publik yang membangun.

Kecepatan informasi saat ini sangat memengaruhi persepsi publik. Humas DJPL harus memastikan bahwa media mendapatkan akses informasi yang cepat, akurat, dan lengkap. Kerja sama yang baik dengan media juga membantu menghindari potensi kesalahpahaman yang dapat merugikan citra institusi. Maka dari itu, kerja sama yang berkesinambungan antara humas dan media menjadi komponen penting dalam menciptakan keterbukaan informasi dan mendorong partisipasi publik terhadap program pemerintah.

Tanggapan terhadap Isu dan Penggunaan Media Sosial

Menanggapi masalah atau kesalahan informasi yang beredar, Humas DJPL dengan cepat dan sigap mengambil inisiatif untuk melakukan klarifikasi melalui siaran pers atau pernyataan resmi kepada media. Tindakan ini diambil untuk mencegah penyebaran berita yang tidak akurat dan menjaga reputasi lembaga di mata publik. Klarifikasi ini sering kali disebarkan melalui berbagai saluran, baik itu media tradisional maupun digital.

Humas DJPL juga memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana utama untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum. Platform seperti Instagram dan TikTok, digunakan untuk menyajikan konten yang mendidik, informatif, dan interaktif. Konten-konten ini tidak hanya menjelaskan kebijakan, tetapi juga mendokumentasikan kegiatan lapangan dan melibatkan audiens dalam diskusi mengenai isu transportasi laut. Berbagai format digunakan, mulai dari infografis, video pendek, hingga siaran langsung pada saat kegiatan berlangsung.

Humas DJPL memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau audiens muda yang lebih aktif dalam dunia digital. Interaksi dua arah memungkinkan masyarakat untuk memberikan masukan, pertanyaan, dan saran konstruktif langsung kepada institusi. Prinsip ini memperkuat transparansi dan membuka ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai saluran komunikasi strategis dan penguatan citra lembaga.

Penguatan Hubungan dengan Media

Humas DJPL juga melakukan evaluasi internal secara rutin guna meninjau praktik komunikasi yang diterapkan. Meskipun belum memiliki sistem evaluasi formal yang khusus untuk hubungan dengan media, umpan balik dari pihak media, keberhasilan publikasi, dan sentimen dalam pemberitaan digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi kehumasan yang lebih baik. Evaluasi semacam ini sangat penting untuk menghindari kekurangan dan memastikan bahwa komunikasi humas tetap dapat beradaptasi dengan perkembangan yang ada.

Humas DJPL juga melakukan evaluasi internal secara rutin guna meninjau praktik komunikasi yang diterapkan. Meskipun belum memiliki sistem evaluasi formal yang khusus untuk hubungan dengan media, umpan balik dari pihak media, keberhasilan publikasi, dan sentimen dalam pemberitaan digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi kehumasan yang lebih baik. Evaluasi semacam ini sangat penting untuk menghindari kekurangan dan memastikan bahwa komunikasi humas tetap dapat beradaptasi dengan perkembangan yang ada. Komunikasi yang dilakukan oleh Humas DJPL jelas dan responsif berhasil membangun kepercayaan media sebagai rekan kerja, bukan hanya sebagai penerima informasi. Hubungan ini memberikan dampak positif pada kualitas berita yang lebih adil dan seimbang, serta memperkuat citra Humas DJPL sebagai lembaga yang profesional dan komunikatif.

KESIMPULAN

Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (DJPL) melaksanakan fungsi hubungan dengan media melalui beragam cara komunikasi yang mendukung transparansi informasi. Sasaran utama yang ingin dicapai adalah terbentuknya pola komunikasi yang dinamis dan saling terhubung antara DJPL dan media. Pelaksanaan hubungan media dilakukan secara resmi maupun tidak resmi sesuai denga keperluan instansi. Peran humas difokuskan pada penguatan hubungan institusional dengan media.

Proses komunikasi ini bertujuan untuk membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan media massa. Humas DJPL dapat mengkomunikasikan informasi institusi secara lebih luas dan tepat sasaran. Tujuan dari komunikasi yang bersifat dua arah dapat diperoleh dengan melibatkan media dalam berbagai aktivitas instansi. Humas DJPL berhasil menjalankan perannya sebagai jembatan antara lembaga dan masyarakat melalui kemitraan strategis dengan media.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Direktorat Jenderal Perhubungan Laut, Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, atas kesempatan dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Penghargaan juga disampaikan kepada seluruh staf Humas DJPL, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan informasi yang sangat berharga dalam penyusunan laporan ini. Terimakasih kepada Forum Wartawan Perhubungan (Forwahub) atas kerja sama, wawasan, dan keterbukaan yang sangat membantu dalam memahami praktik hubungan media di lingkungan DJPL. Kontribusi Forwahub memberikan perspektif yang kaya mengenai dinamika komunikasi antara pemerintah dan media. Terima kasih kepada Bapak Ir. Hadiyanto, MS selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan, saran, serta semangat selama proses penyusunan laporan. Semoga laporan ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan pengetahuan dan praktik hubungan media di lingkungan instansi pemerintah, khususnya dalam bidang kehumasan.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, F. (2019). Studi Deskriptif Kualitatif Pengelolaan Media Sosial Instagram di Direktorat Jenderal Perhubungan Laut. Skripsi, Universitas Negeri Jakarta.

Andjani, M. D. (2019). *Media Relations* Sebagai Upaya Pembentuk Reputasi Organisasi. Majalah Ilmiah Sultan Agung, 45(119), 57-72.

Anam, K., & Wijayanti, R. (2022). Komunikasi Humas Pemerintah dalam Membangun Citra Positif melalui Media Digital. Jurnal Komunikasi Publik, 10(1), 75-88.

Fadilah, N., & Pratama, R. (2023). Peran Media dalam Komunikasi Efektif di Era Digital. Jurnal Komunikasi dan Media Digital, 5(2), 210-223.

Farleni, M., & Widayatmoko, A. (2019). Strategi *Media Relations* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1), 34-45.

Febriandi, R. (2017). Analisis *Media Relations* dalam Mempromosikan Pariwisata Daerah di Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara. eJournal Ilmu Komunikasi, 5(2), 24-38.

Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @yhoophii_official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. Jurnal Inovasi, 14(1), 32-41.

Gifari, F., & Purnama, H. (2017). Strategi Asiapr dalam Memperkuat Hubungan Media dengan Forum Wartawan Otomotif (FORWOT). PRofesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 1(2), 45-58.

Herika, D., & Ruliana, P. (2018). *Public Relations* dalam Membina Hubungan dengan Media. Inter Komunika: Jurnal Komunikasi, 3(1), 45-58.

Hermawan, A. (2020). *Media Relations* dan Perannya dalam Meningkatkan Reputasi Organisasi. Jurnal Komunikasi dan Media Digital, 6(1), 55-70.

Hidayati, N., & Huda, A. M. (2022). Adaptasi komunikasi budaya mahasiswa asing di Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Negeri Surabaya.

Karine, D. D., Solahudin, D., & Cholidah, L. I. (2021). Strategi *Media Relations* Humas BMKG dalam Menjaga Hubungan dengan Pers. Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat, 6(2), 201-220.

Maulvi, A. (2023). Peran Media Sosial bagi Humas Pemerintah. Jurnal Komunikasi, 15(1), 45-58.

Mustafa, R. (2017). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Organisasi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2), 120-135.

Pandiangan, C. U. A., & Ratnasari, E. (2023). Humas Pemerintah dan Transparansi Informasi untuk Membangun Kepercayaan Publik. Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis, 7(2), 155-168.

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.

Sari, D. H. (2020). Pengelolaan Media Internal Newsletter "Info Maritim" Direktorat Jenderal Perhubungan Laut. Jurnal Komunikasi, 12(1), 45-58.

Setyaningrum, S. (2022). Analisis *Media Relations* pada Humas Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam Menjaga Citra Positif di Tengah Pandemi COVID-19. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Shobri, J., & Masnawati, E. (2024). Visi dan Prospek Masa Depan Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Kehidupan Bermasyarakat. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial, 2(4), 62-65.