

# STRATEGI MEDIA RELATIONS DINAS BINA MARGA PROVINSI RIAU TERKAIT PEMBANGUNAN JEMBATAN SIAK IV

Oleh : **Rahmalia Hernanda**

**Rahmaliaaya@gmail.com**

**Pembimbing : Ir.Rusmadi Awza, S.sos,M.si**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau  
Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau  
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru  
28293 – Telp/Fax. 0761-63277

## *Abstract*

## ABSTR

*Siak IV Bridge was built in 2012, to connect access from the downtown area Tassel namely J. Jend. Sudirman. Since the construction of the bridge was halted siak IV arise many questions from the public will be the continuation of the construction of the bridge Siak IV.*

*This research used purposive sampling with criteria informants had experienced in their respective fields over five years, and the number of research subjects as many as five people. The purpose of this study was to determine how to manage the strategy, how to develop strategies, and how to develop a network with the mass media by the Secretariat of the Department of Highways Riau Province Siak IV related to the bridge construction.*

*The results of research in building and maintaining good relationships with journalists is not easy, because they were one of the figures are busy and have an attitude that diverse, but there are some obstacles such as a lack of open communication between the Secretariat Office Binamarga Riau Province and the mass media.*

*Keywords: Media Relations, Pers.*

## **Pendahuluan**

Kemajuan suatu daerah pada saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perubahan demi perubahan terjadi disemua segi kehidupan, begitu cepat dan tidak terkendali perubahan ini secara khusus juga berlaku pada informasi yang beredar ditengah masyarakat. Semakin beragam dan kompleksnya informasi yang beredar dimasyarakat merupakan

sebab akibat dari tuntutan masyarakat yang haus akan kejelasan dan kebenaran nilai suatu informasi. Perkembangan inipun juga diikuti dengan semakin berkembangnya alat komunikasi yang menjadi media dalam mendistribusikan informasi dari sumber berita kepada khalayaknya.

Indonesia sebagai salah satu Negara berkembang yang selalu mengikuti setiap perkembangan

juga turut terkena imbas. Dan Kota Pekanbaru adalah salah satu kota metropolitan yang mengalami perubahan yang begitu pesat dari segi pembangunan dan kehidupan masyarakatnya. Dengan rasa ingin tahu masyarakat akan perkembangan dalam segi pembangunan yang terjadi di daerahnya juga sangat ditunggu-tunggu oleh masyarakat kota Pekanbaru, salah satu pembangunan yang sedang ditunggu masyarakat akan perkembangannya yaitu pembangunan Jembatan Siak IV yang menghubungkan antara daerah Rumbai dan Jalan Jend. Sudirman. Karena bagi masyarakat pembangunan jembatan tersebut sangat ditunggu oleh masyarakat dikarenakan jembatan tersebut akan mempermudah akses dari Rumbai ke pusat kota, dan mengurangi kemacetan di jalan Riau dan jembatan Siak I dan Jembatan Siak III.

Jembatan Siak IV mulai dibangun pada tahun 2012, pada masa kepemimpinan Rusli Zainal sebagai Gubernur Riau. Jembatan siak IV ini dibangun untuk menghubungkan akses dari daerah Rumbai dengan pusat kota yaitu J. Jend. Sudirman. Dan sejak pembangunan jembatan siak IV ini terhenti banyak timbul pertanyaan dari masyarakat akan kelanjutan pembangunan jembatan Siak IV tersebut. Fenomena yang terjadi juga tidak menutup kemungkinan berita yang tersebar luas tidak sesuai dengan fakta dan tanpa adanya klarifikasi.

Sepeti kutipan Harian Tribun Pekanbaru Minggu 24 Januari 2016, yang berjudul: “Harapan Akses Cepat Menuju Rumbai

Pupus, Pembangunan Jembatan Siak IV Tak Kunjung Selesai” antara lain: “Harapan Akses Cepat Menuju Rumbai Pupus, Pembangunan Jembatan Siak IV Tak Kunjung Selesai”

Dan juga dapat dilihat dari Riau24.com, Selasa, 15 september 2015 15:34 WIB, yang berjudul “Waduh..... Jembatan Siak IV tak Kunjung Dikerjakan, Masyarakat Pekanbaru Mempertanyakan”

Berdasarkan kutipan diatas bahwa sudah terjadi berita yang keluar mengenai terhentinya pembangunan jembatan siak IV. Oleh sebab itu perlunya diberi klarifikasi oleh pihak Dinas Bina Marga Provinsi Riau kepada masyarakat agar tidak terjadinya kesalah pahaman.

*Public Relations* yang cerdas adalah *Public Relations* yang mempunyai perencanaan yang matang dan jitu. *Public Relations* itu berfungsi untuk membangun citra positif kepada masyarakat. Tentu, *Public Relations* tidak boleh bohong. Karena, sekali saja bohong, *Public Relations* tidak akan dipercaya lagi oleh publiknya. Memang, untuk membangun kredibilitas yang disampaikan oleh *Public Relations* itu membutuhkan waktu yang lama jika dilakukan dengan teknik yang konvensional. Hal ini dalam arti membangun suatu kegiatan *Public Relations* yang konvensional seperti seorang marketing yang menawarkan barang *door to door* tanpa strategi tertentu. Sedangkan *Public Relations* modern adalah *Public Relations* yang mampu memanfaatkan media. Hal ini dikarenakan pada saat ini kita tidak bisa lepas dari peran media.

Media relations merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan pihak media massa atau pers. Pada kegiatan media relations selalu ada tujuan yang hendak dicapai, pencapaian tujuan tersebut tidak dapat dilakukan melalui tindakan yang sekenanya saja melainkan harus didasari pengorganisasian tindakan secara sistematis dan strategis.

Media relations merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan pihak media massa atau pers. Pada kegiatan media relations selalu ada tujuan yang hendak dicapai, pencapaian tujuan tersebut tidak dapat dilakukan melalui tindakan yang sekenanya saja melainkan harus didasari pengorganisasian tindakan secara sistematis dan strategis..

Demi terciptanya citra (*image*) yang positif dimata *public* dan juga tercapainya target dan tujuan dari perusahaan/instansi, maka dibutuhkan seseorang praktisi humas yang handal dan *professional* untuk membantu tugas dari manajemen dalam mencapai citra yang positif serta target dan tujuannya. Dengan munculnya berbagai macam media cetak dan elektronik lokal, membuat Dinas Bina marga Provinsi Riau harus melakukan hubungan dengan media, dengan hadirnya berbagai macam media tersebut merupakan tantangan sendiri buat Dinas Bina Marga Provinsi Riau karena masyarakat lebih tau tentang perkembangan informasi mengenai pembangunan yang akan dilakukan oleh Dinas

Bina Marga Provinsi Riau itu sendiri.

Dalam melakukan hubungan dengan media, humas Dinas Bina Marga Provinsi Riau memiliki cara tertentu seperti, memberikan ruangan khusus (*press room*) disalah satu sekretariat Dinas Bina Marga Provinsi Riau untuk menerima wartawan. Hal ini dilakukan agar pekerjaan wartawan sebagai awak dari media menjadi maksimal dan efisien. Dengan adanya *Press room* ini menjadi keunggulan tersendiri bagi Dinas Bina Marga Provinsi Riau itu sendiri. Hubungan dengan media massa itu dilakukan bukan hanya dijalin sebagai solusi setelah timbul masalah. Melainkan terus dipelihara sepanjang organisasi tersebut ada.

Agar suatu organisasi atau pemerintahan dapat menjadi pemenang melalui opini public maupun publisitas yang diciptakan melalui media massa. Maka dari itu strategi *media relations* perlu dilakukan agar terciptanya suatu hubungan baik dengan media massa dapat dijalankan.

Media memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk persepsi masyarakat melalui setiap berita yang dibuat. Pemahaman yang baik merupakan dampak dari adanya persepsi yang baik dan keberadaan suatu persepsi yang baik dapat menimbulkan adanya pemberitaan yang baik pula (Darmastuti 2012:5). Dinas Binamarga sendiri bekerjasama dengan media-media lokal yang ada di Pekanbaru, terkhususkan dengan media lokal yaitu Riau TV.

Bersadarkan latar belakang tersebut, sehingga penulis tertarik

untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi *Media relations* Dinas Bina Marga Provinsi Riau terkait pembangunan jembatan siak IV”

## TINJAUAN PUSTAKA

### Peranan Humas Pemerintah

Peranan Humas menjadi sangat penting dalam menyerap, mengelola dan mengarahkan opini publik menjadi lebih bermanfaat guna terlaksananya tugas-tugas pemerintahan dan pembangunan secara berdaya guna dan berhasil guna. Walaupun kegiatan kehumasan itu tidak sepenuhnya hanya tanggung jawab pemerintah, paling tidak Humas pemerintah dapat berperan aktif dalam menjembatani arus informasi pemerintah kepada masyarakat untuk kepentingan masyarakat yang lebih luas. Adapun peranan Humas pemerintah tersebut

### Media Relations

#### 1. Definisi *Media Relations*

Frank Jefkins pernah memberi definisi *media relations* sebagai berikut, “Hubungan pers adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan” Dari definisi di atas bisa dikatakan bahwa hubungan pers itu merupakan salah satu bagian dari kegiatan PR atau Humas. Jadi, apa yang menjadi tujuan humas juga menjadi tujuan hubungan pers pula. Bahkan bisa dikatakan hubungan pers menjadi faktor penentu utama “hidup-matinya” humas. Media mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi kepada khalayak

luas, yang didalamnya ada publik perusahaan. Karena itu, *media relations* berarti membangun komunikasi yang harmonis dengan kelompok-kelompok publik atau *stakeholder* organisasi. Jadi, *media relations* merupakan upaya mengembangkan relasi strategis organisasi dengan publik-publiknya.

Hubungan media dan pers (*Media & Pers Relations*) merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Karena peranan hubungan media dan pers dalam kehumasan tersebut dapat sebagai saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari pihak publikasi Humas merupakan prioritas utama. Membangun hubungan pers (*press relations* atau *media relations*) merupakan barometer atau tolak ukur keberhasilan suatu fungsi atau tugas *public relations* (PR), yakni untuk menilai efektivitas suatu pekerjaan PR pada sebuah lembaga atau institusi. Keberhasilan tersebut bisa dilihat dari sejauh mana publisitas tersebut melalui pemberitaan pers dapat menguntungkan citra perusahaan di mata publik atau masyarakat, sebagai hasil kerja sama yang baik (*mutual symbiosis*) antara *public relations* dan pihak wartawan atau pers sebagai mitra atau rekan kerja.

### **Bentuk Hubungan Pers**

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa hubungan pejabat humas dengan media dan pers dapat berbentuk hubungan fungsional maupun pendekatan personal.

Model hubungan lain antara *Public Relations* dengan stakeholdernya yang sering terjadi adalah model hubungan yang kurang harmonis. Yang terjadi adalah hubungan satu arah dan tidak menutup kemungkinan bahwa hubungan yang terjadi adalah hubungan yang selalu diwarnai konflik. Hubungan ini tidak didasari pada sikap saling percaya, tetapi lebih sering didasari pada sikap saling mencurigai. Masing-masing pihak memiliki prasangka bahwa pihak lain mempunyai tujuan tertentu dalam hubungan yang terjalin dan hanya mencari keuntungan pihak mereka sendiri.

Faktor bahwa hubungan yang terjadi antar *public relations* dengan *stakeholdernya* sangat bervariasi seperti deskripsi di atas, maka menimbulkan pemikiran tentang bentuk-bentuk model hubungan *public relations*. Grunig (1984: 22) mengelompokkan model hubungan ini dalam empat model, yaitu *Press Agency* atau *Publicity*, *Public Informations*, *Two-way Asymmetric* dan *Two-way Symmetric*. Untuk lebih jelasnya tentang hubungan ini, kita akan membahas model hubungan ini satu persatu.

### **Strategi Media Relations**

Strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan kedalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah

ditetapkan. Ada pula yang menyebutkan bahwa strategi sebagai rencana dan memberi penjelasan atas metode yang dipakai untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Iriantara 2005:89). Jauch dan William mengatakan, strategi adalah rencana yang disatukan menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancanag untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan (Iriantara 2005:92).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam menjalankan kegiatan *media relations*, Sekretariat Dinas Bina Marga menerapkan berbagai strategi *media relations* agar tujuan dalam melaksanakan tugas melakukan koordinasi perencanaan, pengelolaan evakuasi, dan pelaporan program Dinas Bina Marga Pekanbaru. Seiring adanya pemberitaan miring terkait pembangunan jembatan Siak IV yang sempat bermasalah, oleh karena itu Dinas Binamarga provinsi Riau khususnya Sekretariat Dinas Binamarga merasa sangat penting untuk membuat strategi-startegi terkait *media relations* untuk memberikan informasi yang terbaik kepada khalayaknya. Hal tersebut tentunya bukan sesuatu yang mudah di kerjakan, informasi yang akan diberikan kepada khalayak akan membentuk opini publik masyarakat Riau. Hingga saat ini, kelanjutan pembangunan Jembatan Siak IV tak kunjung selesai alias mangkrak.

### **Peran Dinas Binamarga dalam membangun relasi dengan media massa.**

Dalam mengelola relasi dengan media, Sekretariat Dinas Binamarga yang bertugas menjalankan fungsi Humas menjalin hubungan dengan media massa sebagai institusi sama pentingnya dengan menjalin hubungan yang baik dengan wartawan seperti dengan media TV lokal seperti Riau TV, Riau Channel, dan media cetak seperti Riau Pos, Pekanbaru Pos, MX, dan masih banyak lagi

Melalui media massa, arah dan kebijakan pemerintah dapat tersalurkan dengan baik karena memiliki fungsi yang strategis dalam menyampaikan informasi. Maka dari itu, Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau membangun hubungan yang baik dengan media massa agar tetap bisa terjaga. Meski hubungan yang dijalankan oleh Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau dengan media berlangsung cukup baik, namun jalinan yang dibangun bukan tanpa halangan. Masih banyak kendala dihadapi oleh Bagian Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau seperti sarana dan prasarana yang dimiliki untuk membangun hubungan yang baik tersebut, atau terkadang perbedaan sudut pandang dengan media sehingga masyarakat selaku khalayak penerima informasi kurang memahami maksud dan tujuan berita tersebut.

### **Strategi Media Relations Dinas Bina Marga dalam mengembangkan strategi Media Relations dengan media massa.**

Strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Dinas

Bina Marga Provinsi Riau yang kedua adalah mengembangkan strategi. Dalam mengembangkan strategi, perlu diperhatikan dimensi teknis atau prinsip yang berkenaan dengan *media relations*. Dalam desain pembangunan yang disiapkan, keberadaan Jembatan Siak IV akan menjelma menjadi ikon baru dikota Pekanbaru. Rencananya, jembatan Siak IV dibangun dengan panjang 700 meter dan lebar hampir 20 meter dengan empat jalur dilintasannya. Oleh karena itu dalam mengkomunikasikannya

Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau membuat beberapa strategi untuk membina hubungan yang baik termasuk dengan media.

1. Melayani media, memperbaiki hubungan dan menjaga hubungan yang baik dengan wartawan media yang ada di Pekanbaru.
2. Membangun reputasi dengan para wartawan media.
3. Bekerjasama dalam pembagian informasi dan isu yang terjadi diluar.

Contoh strategi yang sudah dilakukan oleh Sekretariat Dinas Binamarga biasanya dengan mengadakan :

1. Wawancara pers (*press interview*), wawancara akan dilakukan dari pihak pers/wartawan terkait pembangunan jembatan Siak IV, anpa adanya undangan resmi. Mungkin pemberituannya cukup dilakukan melalui telepon dan jarang memakai undangan resmi, setelah melalui perjanjian atau konfirmasi dengan Sekretariat Dinas Binamarga. Namun kekurangan atau keterbatasan yang terjadi di Dinas Binamarga adalah

orang-orang terkait yang diwawancara tersebut berhalangan hadir karena tugas yang mendadak, dan biasanya diwakilkan oleh pihak-pihak tertentu yang pada akhirnya mendapatkan keterangan yang belum jelas.

2. Membangun hubungan personal yang baik atau kontak pribadi dengan wartawan.

Salah satu contoh membangun kontak dengan wartawan yang terlihat oleh penulis adalah Sekretariat Dinas Binamarga menyimpan nama dan nomor wartawan di handphone diawali dengan huruf "P" yang berarti Pers.

Melakukan kontak informal dijadikan sarana bagi Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau untuk pendekatan secara personal dengan wartawan. Dinas Binamarga selalu melakukan upaya-upaya agar relasi yang baik dengan rekan media sudah terpelihara dengan baik bisa lebih ditingkatkan dan ,Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau sangat penting setelah banyaknya kejadian yang mengkaitkan pembangunan jembatan Siak IV.

Dengan adanya kegiatan *media relations* informal yang dilakukan oleh Sekretariat Dinas Binamarga seperti makan siang bersama wartawan, mengundang ke acara nikahan atau syukuran pihak Dinas, berkomunikasi secara interpersonal dengan wartawan, memberikan perhatian khusus dengan memberikan hadiah pada saat wartawan menyambut hari kebahagiaan kelahiran serta memberi santunan pada saat wartawan mengalami keduakaan

dan kemalangan (rangkaiian program apresiasi).

3. Strategi yang dilakukan oleh Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau salah satunya yaitu dalam mengembangkan startegi terus mengembangkan materi Humas untuk media massa yang ada di Riau. **Strategi *Media Relations* Dinas Bina Marga Provinsi Riau dalam mengembangkan jaringan dengan media massa.**

Strategi *Media Relations* yang ketiga adalah mengembangkan jaringan. Pengembangan jaringan merupakan aspek pokok dalam *media relations* organisasi. Berkaitan dengan *media relations*, memiliki hubungan baik dengan organisasi profesi kewartawanan sangat penting untuk memperluas jaringan dengan media massa. Selain itu, memiliki hubungan baik untuk mengembangkan dan memperluas jaringan dengan media massa. Pengembangan jaringan ini sangat penting, karena jaringan inilah yang sering dinyatakan sebagai model sosial yang akan mendukung keberhasilan seseorang di dalam menjalankan kehidupannya. Sebuah organisasi dalam mengembangkan jaringan merekrut tenaga wartawan

Terkait dengan mendapatkan informasi, Sekretariat Dinas Bina Marga menyadari tugasnya terhadap penyampaian pemberitaan, dan kemitraan dengan media massa dalam pembentukan opini positif masyarakat bagi pelaksanaan tugas

yang dilakukan oleh Dinas Binamarga Provinsi Riau, maka Sekretariat Dinas Binamarga selalu berkoordinasi dengan semua pihak yang dianggap bisa memberikan informasi yang akurat. Dengan wartawan Sekretariat Dinas Binamarga memberikan informasi Humas, karena wartawan juga bisa lebih tahu dulu mengenai sesuatu hal karena wartawan berada dilapangan. Namun, Sekretariat (Humas) Dinas Binamarga juga mempertimbangkan media-media yang digunakan, seperti media cetak dan media online.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Kegiatan media relations Sekretariat Dinas Binamarga memiliki berbagai cara guna menunjang pendekatan yang dilakukan Sekretariat Dinas Binamarga kepada pihak media. Dinas Binamarga Provinsi Riau kembali berpikir ulang untuk memulihkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintahan apalagi terkait pembangunan jembatan Siak IV yang sempat terhambat.

2. Beberapa strategi atau cara yang dilakukan oleh Sekretariat Dinas Binamarga dalam menciptakan dan membina hubungan baik dengan media massa yang ada di Pekanbaru. Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau menggunakan berbagai media massa untuk menyampaikan pesan kepada publik. Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau mengundang para wartawan baik dari media cetak maupun media elektronik, dalam kegiatan jumpa pers, dimana bertujuan untuk memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan masyarakat mengenai keadaan Dinas

Binamarga Provinsi Riau dan lingkungannya.

3. Pengembangan jaringan ini sangat penting, karena jaringan inilah yang sering dinyatakan sebagai model social yang akan mendukung keberhasilan seseorang di dalam menjalankan kehidupannya. Sebuah organisasi dalam mengembangkan jaringan merekrut tenaga wartawan Terkait dengan mendapatkan informasi, Humas ( Sekretariat ) Dinas Bina Marga selalu berkoordinasi dengan semua pihak yang dianggap bisa memberikan informasi yang akurat.

#### **6.2 Saran**

1. Agar Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau dalam menjalankan fungsi Humasnya untuk mengadakan training kehumasan untuk menambah pengetahuan tentang tugas dan fungsinya dalam membangun relasi dengan media karena keterbatasan SDM yang memang ahli dalam bidang Humas untuk ditempatkan di Sekretariat Dinas Binamarga.

2. Agar dalam mengembangkan strategi *Media Relations* nya Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau dapat meningkatkan sarana dan prasarana untuk mengembangkan strategi media relations oleh sekretariat Dinas Binamarga provinsi Riau. Lebih dari itu, sikap profesional dalam bekerja harus tetap dijunjung tinggi baik oleh Dinas Binamarga Provinsi Riau ataupun media massa supaya terjadi komunikasi yang lebih bersifat personal sehingga keterbukaan, kejujuran, sampai pada dukungan satu sama lain akan lebih bisa tercipta diantara kedua

belah pihak yakni Sekretariat Dinas Binamarga dan wartawan.

3. Agar Sekretariat Dinas Binamarga Provinsi Riau dapat mengembangkan strategi dalam mengembangkan jaringan dengan media massa, supaya semakin meningkat dan memperluas jaringan dengan media massa. kerjasama dengan media elektronik harus ditingkatkan lagi karena aktivitas media relations yang selama ini dilakukan lebih dititik beratkan pada media cetak seperti pengiriman *press release* dan kerjasama penulisan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Oemi 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. PT.Citra Aditya Bakti:Bandung

Alwasilah, A. C. 2002. Pokoknya Kualitatif: *Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.

Bagong, Suyanto, dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Prenada Media: Jakarta

Betty, Wahyu, 2012, *humaspemerintahan*. Grahallmu: Yogyakarta

Bungin, Burhan, 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, cetakan Pertama, Prenada Media, Jakarta..

Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations (konsep, Strategi, dan aplikasinya)*. Andi Publisher: Jakarta

Efendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan kesembilanbelas. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Gilbert, David. 2003. *Retaling Marketing Management. 2th Edition. England, Endinburgh Gate: Pearson Educated Limited*.

Grunig, J.E. & Hunt, T. 1984. *Managing Public Relations*. USA: Holt, Renahart & Winston, Inc.

Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang. PT. Penerbitan Universitas Malang.

Iriantara, Yosol 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Ghalia Indonesia: Jakarta

Jefkins, Frank, 2004. *Public Relations*. Erlangga: Jakarta

Kasali, Rhenald. 1994. *Manajenen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Katz, Daniel dan Robert L. Kahn. 1966. *Organizations and The System Concept*, dalam Shafritz, Jay M dan Steven Ott. 1987. *Classics of Organization Theory*, Brooks/Cole Publishing Company Pacific Grove, California.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Media Group: Jakarta

Kuncoro, 2005. *Otonomi Dan Pembangunan Daerah*

*Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*, Penerbit Erlangga Jakarta.

Meleong, Lexy. J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung

\_\_\_\_\_. 2005. *Metodologi Kualitatif*. Edisi Revisi. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung

Nainggolan, Susana. 2008. *Pengaruh Variabel Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Tesis. Universitas Sumatra Utara, Medan.

Pearce, Robinson. 2000. *Manajemen Strategi*. Binarupa Askara, Jakarta,

Rakhmat, Djalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Ruslan, Rosady. 2002. *Kiat & Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

\_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Public Relations Teori Dan Praktek*. Grasindo. Jakarta.

\_\_\_\_\_. 2008. *Praktik dan Solusi PR Dalam Situasi Krisis Dan Pemulihan Citra*. Ghalia Indonesia: Jakarta

Seitel P. Fraster. 2001. *The Practice of Public Relations*. USA: Prentice-Hall.

Soemirat, J. S. 2005. *Epidemiologi Lingkungan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

#### **Sumber Lain:**

#### **Skripsi:**

Danasaputra, Chairany Hanoum. 1995. *Kontribusi Kegiatan VIP Party Terhadap Citra positif tamu-tamu VIP Pada Grand Hotel Preanger Bandung (Skripsi)*. Bandung: Fikom Unpad

Oktalya, Allen. 2012. "Strategi Media Relations Humas Polda Riau Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Media Massa".

Setiawan, Fandi. 2008. "Strategi Media Relations Humas Polda Jatim Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Media Massa".

Olga, Sandra. 2013. "Strategi Media relations Ciputra World Surabaya dalam Special event Halloweenation"