Proses Kerja *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* Dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia

(Studi Deskriptif Mengenai Proses Kerja *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk Melalui Acara *Dialogue Series* Dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas

Oleh :

ANNA MAGDALENA SIMAMORA

NIM : 41810138

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2014

ABSTRACT

PROCESS WORK ON PUBLIC RELATIONS MEDIA RELATIONS DIVISION PT. NUSANTARA INFRASTRUCTURE TBK THROUGH DIALOGUE SERIES OF IMPROVING INFRASTRUCTURE IN INDONESIA

by:

Anna Magdalena Simamora

NIM. 41810138

This Thesis under the guidance,

Drs. Manap Solihat, M.Si

This research was conducted *in order to determine work processes performed by the Division of Public Relations Media Relations in improving the infrastructure in Indonesia through seminar Dialogue Series, which starts from the* ***Fact finding, Communicating, Planning and Evaluating****.*

This study is a qualitative study using descriptive methods*. File collection techniques used were interviews, observation, library research, Internet searching, and documentation. For file analysis techniques were used, including file collection, classification of file, describe file that has been collected, and analyze the file that has been collected to analyze it according to the supporters of the theory, charts, photos, and so forth. Subjects in this study is the Media Relations of PT. Nusantara Infrastructure Tbk, while the informant is a research division of the Public Relations of PT. Nusantara Infrastructure Tbk. The technique used by the author in selecting informants was purposive sampling.*

The results showed *that the* ***fact finding*** *conducted by the Public Relations Media Relations division is to accommodate the aspirations of the public and sort incoming email and website.* ***Planning*** *is to conduct a survey conducted, coordination with the Chief, in coordination with leaders or community leaders, and committee. Furthermore Public Relations Media Relations division also make arrangement of events, making layouts, creating and disseminating invitations, and make a book that aims to support the Dialogue Series.* ***Communicating*** *conducted by the Public Relations Media Relations division is tasked with reception, documenting activities, and accompanying media. While the speaker is foreign speakers, the Public Relations Media Relations division only act as a facilitator.* ***Evaluation*** *does is conduct a review at the time of the activity, report the results of the activities to put on file and create accountability reports to be submitted to the leadership activities.*

From these results*, the researcher can conclude that the process is carried out by the Public Relations Kerjayang the Media Relations Division through Dialgue Series already can assist agencies in achieving the goal of facilitating public aspirations and information for the community.*

The advice *is to convey researchers publish a report on media accountability in which all people can reach them, providing timely information to the public and the implementation is in accordance with a set schedule.*

Keyword : Proccess Work, Public Relations in Media Relations Division **PT. Nusantara Infrastructure Tbk*****, Dialogue Series, Descriptive,*** **Jakarta.**

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Public Relations pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk berperan penting dalam menjalin, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi perusahaan di mata *stakeholders* dan publik. Dalam proses kerjanya, *Public Relations* pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk melakukan berbagai aktivitas yang berhubungan dengan media dalam berbagai kegiatan perusahaan. Fungsinya untuk sama-sama mencapai tujuan perusahaan yang tidak hanya dilakukan oleh *Public Relations* pada divisi *Media Relations* tetapi dilakukan pula oleh pihak-pihak lain di PT Nusantara Infrastructure Tbk, secara spesifik *Public Relations* pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk mengatakan bahwa fungsi *Public Relations* pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk adalah untuk menjaga citra dan reputasi PT Nusantara Infrastructure Tbk dan untuk menghindari berita-berita negatif yang masuk ke PT Nusantara Infrastructure Tbk. Ada pun menurut Frank Jefkins dalam buku *Public Relations* (1995: 98) dan Periklanan (1997: 275) mengatakan bahwa, fungsi *media relations* atau *press relations* adalah menyiarkan atau mempublikasikan seluas-luasnya informasi *Public Relations* guna menciptakan pengetahuan dan memberi pengertian bagi publiknya.

Dalam penelitian ini, peneliti spesifik pada Proses Kerja *Public Relations* pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk dalam acara *Dialogue Series.* Acara *Dialogue Series* merupakan forum di sektor-sektor infrastruktur

yang melibatkan pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta *professional* dari dalam dan luar negeri. Forum ini diselenggarakan bertujuan untuk mencari solusi dari setiap persoalan di sektor-sektor infrastruktur. Dengan adanya forum ini diharapkan dapat meningkatkan infrastruktur di Indonesia. Hubungan media dengan PT Nusantara Infrastructure Tbk yang merupakan penyelenggara utama forum ini memang harus dijalin, agar isi dialog yang ada dalam forum ini boleh sampai kepada masyarakat dan dipahami bersama sehingga untuk meningkatkan infrastruktur di Indonesia, tidak hanya pemerintah dan beberapa perusahan swasta asing dan dalam negeri saja yang berupaya meningkatkan infrastruktur di Indonesia, tetapi masyarakat pun memilik andil yang besar untuk ikut serta.

Untuk mencapai tujuannya tentu ada usaha yang perlu dilakukan oleh beberapa pihak terkait, tentu saja disini peneliti hanya akan membahas usaha atau proses kerja yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations* pada divisi *Media Relations.* Dalam buku Iriantara (2005, 2008) mengatakan bahwa untuk mencapai tujuannya seorang *Media Relations* sebagai bagian dari *Public Relations* tentu saja mengikuti langkah-langkah standar dalam *Public Relations*. Proses *Public Relations* yang standar itu diawali dengan langkah pertama, pengumpulan fakta. Selanjutnya, langkah kedua yaitu merumuskan permasalahan. Langkah ketiga adalah perencanaan dan penyusunan program. Langkah keempat adalah menjalankan rencana itu melalui tindakan dan komunikasi. Dan yang terakhir adalah evaluasi.

1.2 Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana Pengumpulan Fakta *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?
2. Bagaimana Perencanaan *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?
3. Bagaimana Aksi dan Komunikasi *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?
4. Bagaimana Evaluasi *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Rakhmat dalam bukunya "Metode Penelitian Komunikasi" mengemukakan bahwa metode ini mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

a. Mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melakukan masalah yang ada.
b. Mendefinisikan masalah atau memeriksa kondisi praktek-praktek yang berlaku.
c. Membuat perbandingan atau evaluasi.
d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama pada masa yang akan datang. (Rakmat, 1984 : 25)

Bogdan dan Taylor, mengatakan bahwa "metodologi kualtatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh)." (Moleong, 2002 : 3)

III. PEMBAHASAN

Dalam tahap ini, peneliti akan menjelaskan hasil dari analisis penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk pembahasan, yakni sebagai berikut :

PT. Nusantara Infrastructure Tbk adalah salah satu perusahaan yang menangani bidang infrastruktur dan telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari jawatan yakni badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Statusnya telah beberapa kali mengalami perubahan sampai pada status PT. Nusantara Infrastructure Tbk (META, nama awal perusahaan yang kini menjadi nama belakang perusahaan). *Public Relations* dalam organisasi atau perusahaan yang bergerak dalam pelayanan kebutuhan informasi seperti PT. Nusantara Infrastructure Tbk biasanya memiliki peran penuh pada pelayanan publik. Dari berbagai kegiatan yang tergolong dalam fungsi *Public Relations*, PT. Nusantara Infrastructure Tbk telah melaksanakan program acara seminar *Dialogue Series* yang selesai dilaksanakan beberapa waktu lalu, dan melalui penelitian ini, diharapkan mampu mengungkapkan secara jelas tentang proses kerja *Public Relations* pada divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk ini ditinjau dari prosesnya dari mulai penemuan fakta di

lapangan mengapa diadakan acara seminar *Dialogue Series*, perencanaan acara selanjutnya dan bentuk pelaksanaan kegiatan hingga seperti apa evaluasi dari kegiatan tersebut.

Dari **segi *fact finding*** yang dimaksud adalah bagaimana PT. Nusantara Infrastructure Tbk dalam hal ini *Public Relations* khususnya divisi *Media Relations* mampu secara peka melihat fakta yang tidak sesuai dengan harapan apa yang ditemukan di lapangan, kemudian menarik kesimpulan dari fakta yang ditemukan tersebut, sehingga *Public Relations* khususnya divisi *Media Relations* juga mampu menyimpulkan tentang apa saja fakta yang harus dikategorikan *urgent* dan fakta yang dikategorikan sampingan, sehingga fakta yang ditemukan seperti yang terkait dengan pelaksanaan acara seminar *Dialogue Series* ini dapat diasumsikan sebagai fakta yang harus dibuat solusinya, karena menyangkut nilai dari tujuan PT. Nusantara Infrastructure Tbk yang tidak tersampaikan, seperti yang ada dalam hasil penelitian ini, bahwa fungsi informasi dari PT. Nusantara Infrastructure Tbk ternyata sedikit kurang tersampaikan sehingga diperlukan kegiatan khusus yang dapat membuat fakta negatif yang ditemukan menjadi sesuai dengan apa yang PT. Nusantara Infrastructure Tbk harapkan. Dalam bahasa Inggris, *fact* artinya adalah fakta dan *finding* artinya adalah menemukan, sehingga jelas disini bahwa kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* khususnya pada divisi *Media Relations* dalam *fact finding* adalah kegiatan yang di sengaja, karena kata menemukan adalah kata kerja yang sengaja dilakukan, dengan kata lain, dalam praktek pengumpulan saran dan kritik serta bertanya langsung kepada para

pengguna infrastruktur tentang apa yang kurang juga merupakan praktek langsung dari sebuah kegiatan *fact finding.*

Kemudian dari **segi perencanaan**, rencana yang dibuat dalam konsep pembuatan acara seminar *Dialogue Series* ini tentu mengacu pada kegiatan komunikasi yang mampu memberikan hasil dari fungsi komunikasinya, rencana yang dibuat dalam acara seminar *Dialogue Series* dapat memberikan efek yang baik dari masyarakat yang mengikutinya atau hanya sekedar membaca beritanya. Perencanaan yang dibuat dalam pembuatan acara seminar *Dialogue Series* ini pun disesuaikan dengan rumusan dari masalah atau fakta yang ditemukan di lapangan, sehingga keterkaitan antara perencanaan yang dibuat oleh *Public Relations* khususnya divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk dalam acara seminar *Dialogue Series* dengan fakta apa yang ditemukan di lapangan berkorelasi. Dalam rencana yang dibuat manusia dikenal dengan istilah *Goal* dan *No Goal* yang artinya adalah bahwa sebuah perencanaan yang baik akan memproyeksikan tujuannya berhasil *(Goal)* dan mempersempit peluang terjadinya ketidak berhasilan *(No Goal)* sehingga disini peran komunikasi sangat diperlukan oleh *Public Relations* khususnya divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk dalam mengkoordinasi pembuatan rencana yang matang. Seorang *Public Relations* baik dalam divisi *Media Relations* dalam menyusun sebuah program baik untuk jangka panjang ataupun jangka pendek, harus mampu membuat perencanaan yang dibuat dengan cermat dan penuh perhitungan, sehingga akan diperoleh hasi-hasil positif yang nyata. Sesuai dengan yang

dikemukakan pada Bab 2 halaman 42, kutipan dari Frank Jefkins dalam (Ruslan 2003:132).

Bila disimpulkan kutipan tersebut menyinggung mengenai :

a) Penetapan target-target operasi *Public Relations* terutama divisi *Media Relations* yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh.
b) Perhitungan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.
c) Pembuatan skala prioritas guna menentukan:
    1) Jumlah Program
    2) Waktu yang diperlukan untuk melaksanakan program *Public Relations* yang telah diprioritaskan.
d) Menentukan kemungkinan pencapaian tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan ketersediaan;
    1) Staf pendukung atau personil yang mencukupi.
    2) Dukungan dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, kendaraan, *infocus*, dan sebagainya.
    3) Anggaran dana yang tersedia.

Dari mulai penetapan target operasi *Public Relations*, *Public Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk telah menetapkan pakem tertentu agar acara seminar *Dialogue Series* ini berjalan sesuai rencana, dalam perencanaan yang dibuat seperti yang terlihat pada hasil penelitian mengungkapkan bahwa berbagai aspek yang mendukung acara seminar ini. Skala prioritas yang ada akan sangat membantu acara seminar *Dialogue Series* ini berlangsung efektif, seperti misalnya

perencanaan utama yang sesuai dengan tujuan dari kegiatan ini yaitu menjalankan fungsi informasi dan edukasi, diatasi dengan cara seminar sehingga masyarakat juga pemerintah dapat memberikan ide dan gagasan kepada PT. Nusantara Infrastructure Tbk, yang mungkin suasana baru yang dihadirkan dalam acara seminar *Dialogue Series.*

Dari **segi Aksi dan Komunikasi** yang dilakukan dalam kegiatan ini menitik beratkan pada apa yang diungkapkan oleh Marston, yaitu "*Public Relations* adalah suatu perencanaan dengan menggunakan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi persepsi masyarakat" (1999, p.1), dimana para pelaku kegiatan ini harus mampu mempengaruhi masyarakat agar dapat mengikuti acara ini dengan baik, dari mulai penerbitan berita seminar di media cetak, televisi dan media komunikasi yang digunakan semua dilibatkan guna menunjang kegiatan acara seminar *Dialogue Series* tersebut. Komunikasi adalah inti dari acara seminar *Dialogue Series* yang didalamnya terdapat seminar berisi pengetahuan tentang infrastruktur dan juga diskusi yang dilakukan oleh PT. Nusantara Infrastructure ini, maksudnya seperti yang terpapar dalam hasil penelitian bahwasannya komunikasi yang baik nan menarik dari *Public Relations* dan *Media Relations* terhadap masyarakat, pemerintah serta kalangan media yang akan turut serta dalam acara seminar *Dialogue Series* menjadi wahana penyampaian informasi yang efektif bagi PT. Nusantara Infrastructure Tbk.

Kemudian setelah ketiga tahap tersebut selesai, muncullah ***evaluating*** yakni seperti yang diungkapkan oleh *Cultip and Center* dimana tahap ini adalah tahap penilaian dari semua aktivitas yang sudah dibuat ataupun dilakukan,

sehingga apapun yang sudah *Public Relations* dan *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk rancang dan lakukan dapat dilihat tingkat pencapaian keberhasilannya pada tahap evaluasi ini. Disebabkan alasan pembuatan acara seminar *Dialogue Series* ini adalah untuk menyampaikan informasi segala ide dan gagasan di dalam PT. Nusantara Infrastructure Tbk kepada masyarakat dan pemerintah mengenai infrastruktur, evaluasi yang dilakukan seperti yang diperlihatkan hasil penelitian bahwa proses yang berjalan dalam penyampaian informasi pada acara seminar *Dialogue Series* ini berjalan cukup baik, dengan antusiasnya para peserta seminar. Penting bagi *Public Relations* beserta setiap divisi yang lain PT. Nusantara Infrastructure Tbk untuk melakukan evaluasi ini secara menyeluruh agar hasil yang didapatkan bisa di ukur tingkat pencapaiannya, apakah sesuai ekspektasi atau tidak. Pada acara seminar *Dialogue Series* telah dilaksanakan diskusi yang dapat diteliti satu persatu oleh tim pelaksana kegiatan untuk kemudian dapat *Public Relations* jadikan bahan laporan kepada pihak manajerial, sesuai dengan fungsi *Public Relations* yang menjembatani hal tersebut, *Public Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk pun harus mampu membuat agar laporan dari segala hal yang kurang dalam acara seminar *Dialogue Series* ini kemudian menjadi sesuatu yang mencuri perhatian manajerial PT. Nusantara Infrastructure Tbk sehingga hal-hal yang kurang dalam acara seminar *Dialogue Series* tersebut kelak dapat dibenahi, diganti ataupun justru dihilangkan demi pembuatan kegiatan lebih baik. Dengan tujuan masyarakat mengerti dan dapat memahami apa yang sudah disampaikan pada saat kegiatan berlangsung. Seperti Menurut R. Wayne Pace, Brent D, Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam

(Effendy, 2007 : 32), *Techniques for Effective Communications*, menyatakan bahwa tujuan sentral komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

a. *To secure understanding*,

b. *To establish acceptance*,

c. *To motivate action*. (Effendy, 2007:32)

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Apabila sudah dapat dimengerti, maka penerimaannya itu harus dibina *to establish acceptance*, lalu pada akhirnya kegiatan dimotivasikan *to motivate action*.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai "Proses Kerja *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* Dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia" yang peneliti laksanakan dari April 2014 sampai Juni 2014 di PT. Nusantara Infrastructure Tbk, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan antara lain :

a Pengumpulan fakta yang dilakukan oleh *Public Relations* pada divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk adalah dengan cara bekerja sama dengan beberapa perusahaan yang berkecimpung di bidang infrastruktur baik dalam maupun luar negeri sebagai bahan referensi juga dengan pihak media.

b Perencanaan yang dilakukan oleh *Public Relations* pada divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk dalam meningkatkan infrastruktur di Indonesia dengan mengadakan

acara seminar *Dialogue Series*, dimana seminar ini menghadirkan *speakers* atau pembicara yang kompeten di bidang infrastruktur dan telah mengurus berbagai infrastruktur dari banyak negara, terdapat diskusi tanya jawab antara peserta seminar dengan *speakers* atau pembicara.

c Aksi dan komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* pada divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk adalah dengan *media gathering*, *e-mail*, komunikasi melalui *chat* di media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*, dan tatap muka ketika acara *Dialogue Series* berlangsung.

d Evaluasi yang dilakukan oleh *Public Relations* pada divisi *Media Relations* PT. Nusantara Infrastructure Tbk adalah dengan menerima pertanyaan-pertanyaan wawancara yang hadir dari wartawan ketika acara *Dialogue Series* selesai, rapat dengan setiap divisi PT Nusantara Infrastructure yang terkait, dan kemudian disimpulkan bahwa hambatan yang terjadi dalam acara seminar *Dialogue Series* hanya pada masalah waktu. Banyaknya tamu VIP yang datangnya dari pihak pemerintah dan *stakeholders* begitu pula dengan *speakers* atau pembicara yang datang dari berbagai kalangan penting bahkan dari luar negara Indonesia, membuat waktu agak terlambat dikarenakan harus ditunggu terlebih dulu.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro. 2010. Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif. dan Kualitatif. Bandung : Remaja Rosda Karya.

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations* Pengantar Komprehensif. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Effendi, Onong Uchjana. 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.

Iriantara, Yosal. 2005. Media Relations : Konsep, Pendekatan, dan Praktik. Bandung : Simbiosa.

Jeffkins, Frank. 2002. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.

Jeffkins, Frank. 2003. *Public Relations* edisi ke-5. Jakarta : Erlangga.

Kasali, Rhenald. 1994. Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasi di Indonesia. Jakarta : Grafiti.

Kodoatie, Robert J. 2003. Pengantar Manajemen Infrastruktur. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 1998. Komunikasi Organisasi : Strategi meningkatkan kinerja perusahaan. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaludin. 1998. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : Remaja Rosda Karya.

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi dan Pelaksanaan Sidang*. Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. 2011. Universitas Komputer Indonesia.

SUMBER LAIN

PENELITI TERDAHULU :

Meilani, Lusy. 41809086. Judul : Proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB Van Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya. 2009. Universitas Komputer Indonesia.

Sry Pratiwi, Fitri. 41809087. Judul : Proses Public Relations PT. Biofarma (Persero) Melalui Program 'Info Imunisasi'. 2009. Universitas Komputer Indonesia.

Ratna Dewi, Shanti. 43307707. Judul : Proses Operasional Humas Protokol Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat Dalam Memfasilitasi Aspirasi Publik Melalui Kegiatan *Hearing Dialog*. 2007. Universitas Komputer Indonesia.

INTERNET SEARCHING :

http://blogging.co.id/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli/

http://herrybsancoko.wordpress.com/2003/03/20/mediarelations/

http://nandaerlika.wordpress.com//2012/2013//subyek-dan-penelitian-responden.html/

http://www.scribd.com/doc/54824302/publicrelations/

http://www.sarjabaku.com//2013/05/18/komunikasimedia

http://seriavanir.wordpress.com/2013/05/18/media-massa