

Pengelolaan Media Internal Portal Oleh Unit Sekretariat Dan Komunikasi Di Telkom Banten

Gina Oktavia Maharani¹, Dedi Kurnia Syah²

¹ Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ginaoktaviamaharani@telkomuniversity.ac.id

² Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, dedikurniasp@telkomuniversity.ac.id

Abstract

In the digital era like now, communication activities carried out by companies have developed, communication actions carried out by corporate PR are now not online done at the time of meeting, but can be done via the internet which is growing rapidly as it is now. Telkom Banten has Public Relations in charge of managing internal media relations. Telkom's internal media relations company is called Portal Telkom. The Telkom Portal itself is an internal media owned by Telkom Indonesia companies including Telkom Banten, and is managed by the secretariat and communications unit at Telkom Banten. This research uses a case study methodology using a qualitative approach. The case study method or case study research is a form of qualitative method of in-depth analysis by individuals and produces a narrative description. With data collection methods in the form of interviews and observations. the results of the overall management of the Telkom internal media portal carried out by the secretariat and communication unit of Telkom Banten. The Secretariat Unit and the team prioritize how the internal public gets news about activities or events carried out by the company that are factual and appropriate in the field. The secretariat and communication unit and the team in carrying out the management process and internal media management strategy look quite complicated, but they prioritize journalistic ethics in their internal media management strategy.

Keywords-intern media, public relations, media relations.

Abstrak

Di era digital seperti sekarang pun melakukan sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan – perusahaan sudah berkembang, tindakan komunikasi yang dilakukan oleh PR perusahaan sekarang tidak hanya dilakukan disaat bertemu saja, tetapi dapat dilakukan lewat internet yang sedang berkembang pesat seperti sekarang. Telkom Banten memiliki *Public Relations* yang bertugas dalam mengelola media relations internal. Media relations internal perusahaan Telkom disebut dengan Portal Telkom. Portal Telkom sendiri merupakan media internal milik perusahaan Telkom Indonesia termasuk Telkom Banten, dan dikelola oleh unit sekretariat dan komunikasi yang ada di Telkom Banten. Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode studi kasus atau *case study research* merupakan salah satu bentuk metode kualitatif analisis mendalam oleh individu dan menghasilkan sebuah deskripsi naratif. Dengan metode pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. hasil dari keseluruhan dari pengelolaan media internal portal Telkom yang dilakukan oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Banten. Unit Sekretariat dan tim lebih mengedepankan bagaimana publik internal mendapatkan berita tentang kegiatan atau event yang dilakukan perusahaan itu fakta dan sesuai ada di lapangan. Unit sekretariat dan komunikasi beserta tim dalam melakukan proses pengelolaan dan strategi pengelolaan media internal terlihat cukup rumit akan tetapi mereka mengedepankan etika jurnalistik dalam strategi pengelolaan media internalnya.

Kata Kunci-media internal, hubungan masyarakat, hubungan media

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada saat ini berkembang sangat pesat pada saat ini, hal ini sangat mempengaruhi kegiatan penyebaran informasi dan komunikasi di dalam perusahaan dan disegala bidang. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan – perusahaan pada saat ini adalah masalah penyebaran informasi, baik penyebaran informasi dengan pihak luar (eksternal) maupun permasalahan informasi yang terjadi didalam perusahaan. Di era digital internet yang berkembang pesat seperti sekarang, banyak perusahaan – perusahaan yang harus dapat menyesuaikan diri. Karena perusahaan akan banyak berhadapan dengan informasi yang bertebaran di internet dan belum tentu benar adanya, yang akan menimbulkan sebuah masalah dalam hubungan antar atasan dan bawahan. Hal ini akan menjadi pertanyaan permasalahan bagaimana perusahaan tersebut membangun dan mengembangkan hubungan baik antara perusahaan dengan publik internal demi tercapainya tujuan perusahaan atau *company goals*,

Di era digital seperti sekarang pun melakukan sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan sudah berkembang, tindakan komunikasi yang dilakukan oleh PR perusahaan sekarang tidak hanya dilakukan di saat bertemu saja, tetapi dapat dilakukan lewat internet yang sedang berkembang pesat seperti sekarang. Tindakan komunikasi bisa dilakukan dengan berbagai macam – macam cara, seperti komunikasi secara verbal yang menggunakan kata – kata maupun non-verbal yang menggunakan sebuah symbol tertentu atau gerakan yang mengandung arti. Tindakan yang dilakukan juga bisa secara langsung maupun tidak langsung. Pada era digital yang berkembang pesat PR perusahaan menjebolkan kegiatan untuk bertukar informasi atau memberikan informasi kepada publik internalnya dengan menggunakan internet. Kebanyakan internet yang digunakan dalam melakukan komunikasi dengan menggunakan laman internal perusahaan yang memang dikhususkan untuk menyampaikan berita, informasi yang penting yang ada di dalam perusahaan.

Gerald R. Miller (2001:54-55) mendefinisikan komunikasi adalah situasi yang memungkinkan sebuah sumber mentransmisikan pesan pada penerima yang bertujuan untuk mempengaruhi seseorang atau bersifat *persuasif*.

Komunikasi yang berkembang pesat ini, banyak dilakukan di berbagai macam hal oleh masyarakat luas tidak hanya perusahaan – perusahaan saja, bahkan masyarakat luas sekarang pun bertukar informasi melalui internet dengan menggunakan media sosial, tidak hanya perusahaan saja yang menggunakan internet sebagai media komunikasi untuk publiknya.

Internet zaman sekarang merupakan sebuah aset penting untuk seorang PR disebuah perusahaan atau organisasi untuk menjalankan tugas dan program – programnya melalui website perusahaan atau media internal perusahaan ataupun media sosial. Hal ini diperlukan untuk dapat memperoleh sebuah opini baik dari publik internal maupun eksternal yang akan menguntungkan bagi perusahaan. Dengan begitu publik akan melihat kepada PR perusahaan atau organisasi sebagai sumber informasi yang disajikan benar atau tidak.

Dengan adanya internet dalam penggunaan media internal bagi perusahaan dan media lainnya. Perusahaan dapat diibaratkan dengan makhluk sosial, karena perusahaan juga memiliki sifat ketergantungan pada individu dan perusahaan, maka dari itu terciptanya lah sebuah manajemen yang mengatur hubungan dengan publik internal dan eksternal di dalam perusahaan yang disebut dengan hubungan masyarakat atau *Public Relations*.

Public Relations atau Hubungan masyarakat adalah manajemen publik yang membantu perusahaan dalam menciptakan alur komunikasi yang baik, pengertian dan dukungan kerjasama di dalam suatu perusahaan maupun organisasi dengan publiknya dan mereka juga terlibat dan harus bisa mengatasi masalah atau konflik yang terjadi di dalam atau luar perusahaannya.

Roberto Simoes (1984) mendefinisikan *public relations* sebagai aktivitas di semua cabang ilmu (multidisiplin ilmu) yang menanamkan sebuah pengertian, motivasi serta partisipasi publik dengan tujuan menumbuhkan *goodwill*, kepercayaan, pengertian dan citra yang baik dari publik internal dan eksternalnya.

Public relations atau hubungan masyarakat juga memiliki tujuan untuk dapat menanamkan pengertian, kepercayaan dan penghargaan dari publik internal maupun eksternal dengan melakukan kegiatan *public relations* yang menunjukkan sebuah hal – hal positif tentang program yang telah direncanakan maupun yang akan dilaksanakan. Dalam melakukan kegiatannya seorang PR harus dapat memberikan sebuah keterangan dengan sebenar-benarnya sehingga publik dapat memberikan sikap simpatik kepada perusahaan.

Seiring perkembangan *public relations* dan beringan dengan perkembangan teknologi yang ada, humas memiliki tugas – tugas dalam pekerjaannya, Tugas dari *public relations* ini banyak sekali tidak hanya menciptakan komunikasi yang baik didalam atau luar perusahaan. *Public relations* pada perusahaan – perusahaan besar bertugas sebagai manajemen komunikasi, tempat konseling, melakukan publisitas, mengelola media *relations*, mengkoordinasi *event*, dan bisa menjadi marcom atau marketing komunikasi untuk perusahaannya. Seperti yang dilakukan oleh Telkom Indonesia (Persero), Telkom memiliki *public relations* dengan unit departemen berbeda beda. Peneliti akan membahas tentang tugas public relations yang dilakukan oleh unit Sekretariat dan Komunikasi di Telkom Banten.

Telkom Witel Banten atau Telkom Banten merupakan cabang utama Telkom yang berada di provinsi banten dari perusahaan Telkom Indonesia (Persero). Yang dimana Telkom Indonesia (Persero) merupakan perusahaan Badan

Usaha Milik Negara (BUMN) yang bekerja dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi atau jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Telkom Witel Banten atau Telkom Banten memiliki PR yang bertugas dalam mengelola media relations internal. Media relations internal perusahaan Telkom disebut dengan Portal Telkom. Portal Telkom sendiri merupakan media internal milik perusahaan Telkom Indonesia termasuk Telkom Banten, dikelola oleh unit *secretariat and communication* yang ada di Telkom Banten. Unit tersebut masih dalam ruang lingkup manajemen *Public Relations* yang bertugas untuk memberikan informasi aktual seputar Telkom di seluruh Indonesia.

Media internal sangatlah penting bagi perusahaan – perusahaan besar seperti Telkom Indonesia, karena dengan adanya media internal PR dapat melakukan penyebaran informasi seputar yang ada di Telkom. Karena dengan adanya media internal, karyawan perusahaan akan mengetahui apa yang sedang terjadi di dalam perusahaannya dengan sangat mudah, sekarang banyak media internal perusahaan tidak hanya melalui laman internet, bahkan ada aplikasinya untuk mengakses media internal perusahaan tersebut namun hanya khusus karyawan perusahaan saja yang dapat mengaksesnya.

Ruslan (2012:218), mengatakan bahwa media internal atau House Organ (*In House Journal*) merupakan media yang dikelola oleh PR atau humas perusahaan atau organisasi yang diperlukan untuk publikasi atau sarana komunikasi kepada publik terbatas seperti : karyawan, *stakeholders*. Media internal yang dilakukan oleh perusahaan sekarang tidak hanya membuat majalah atau tabloid karena semakin berkembangnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi media internal dibuat sedemikian berupa *website* yang hanya dapat diakses oleh khalayak internal perusahaan.

Pemanfaatan media internal sebagai media penyebaran informasi di dalam lingkup internal dinilai efektif dan efisiensi karena akan mudah diakses oleh karyawan. Dan informasi yang diterima pun langsung kepada sasaran target audiens. Maka dari itu peran media internal sangatlah penting, karena dengan adanya media internal karyawan antar karyawan maupun karyawan antar manajemen dapat berinteraksi dengan menyamakan pandangan dan tujuan. karena informasi merupakan sebuah pesan yang disampaikan berupa ucapan atau ekspresi yang ditafsirkan merupakan kumpulan sebuah pesan yang menjadikan dimana informasi sebuah kebutuhan utama karyawan sebagai publik internal dalam memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan. Dengan berkembang pesatnya teknologi informasi dan komunikasi dengan perubahan tren praktisi kehumasan yang kini menggunakan laman internet sebagai media internal, menuntut Humas Telkom Indonesia untuk dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.

Oleh sebab itu, pengelolaan media internal yang dilakukan oleh seorang humas sangatlah penting karena mereka dituntut untuk mampu memberikan sebuah informasi kepada khalayak internal dan eksternal. Untuk mendukung hal tersebut, Humas dari Telkom Banten memberikan jobdesknya kepada unit Sekretariat dan Komunikasi dalam menjalankan pengelolaan media internal ini. Berdasarkan hasil pra – riset yang dilakukan peneliti dilapangan, peneliti dapat mengemukakan bahwa pengelolaan media Internal Portal Telkom saat ini tetap dikelola oleh unit Sekretariat dan Komunikasi di Telkom Banten dengan pengawasan PRO, hal tersebut sesuai dengan fungsi dan tugas PR dalam pengelolaan media internal ini.

Maka berdasarkan dari uraian tersebut, fokus pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana proses pengelolaan media internal Portal oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Banten, 2) Strategi proses pengelolaan media internal Portal oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Banten.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Media Internal

Media internal adalah media yang dimiliki oleh sebuah perusahaan atau organisasi yang dikelola oleh *public relations* untuk menyampaikan pesan kepada khalayak internal perusahaan atau staf, karyawan atau pegawai. Media internal digunakan sebagai tempat dilakukannya kegiatan komunikasi dengan publik internal di dalam suatu organisasi atau perusahaan. PR atau humas memiliki sebuah peran penting dalam mengelola sebuah media internal. Karena sebelum menerbitkan sebuah berita atau informasi yang harus terbit di media internal perusahaan, PR harus sudah mengetahui darimana berita atau informasi tersebut berasal dan mengetahui siapa saja sasaran dari berita atau informasi yang akan diterbitkan di media internal perusahaan.

B. Public Relations

Public relations atau humas adalah proses interaksi antara organisasi dan masyarakat dalam membentuk opini public. *Public relations* atau humas memiliki beberapa definisi. Misalnya, dalam *Webster's Third New International Dictionary*, *Public relations* atau humas didefinisikan sebagai teknik ilmiah yang memajukan saling pengertian dan niat baik.

Pada dasarnya, humas adalah aktivitas dari komunikasi. Namun, terhadap berbagai cara dari melakukan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh humas, memiliki karakteristik tertentu terkait dengan fungsinya, sifat organisasi yang

berasal dari humas, dan sifat manusia yang terlibat langsung dalam humas, khususnya ciri – ciri sebagai berikut yang menjadi target publik dan faktor eksternal. PR atau humas merupakan bagian terpenting dari sebuah perusahaan atau organisasi. Hal ini karena PR berperan sebagai governance dan bertanggung jawab atas berhasil tidaknya komunikasi dalam organisasi atau perusahaan tersebut.

Kegiatan komunikasi dalam hal publisitas memiliki ciri utama yaitu, timbal balik (*two-way traffic*). Karena menghasilkan umpan balik adalah prinsip dasar PR, Komunikasi yang berbalasan atau timbal balik sangat penting dan harus ada dalam setiap aktivitas PR.

C. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah pokok pembahasan yang selalu diperbincangkan, komunikasi terkenal tidak hanya di ruang lingkup ilmu komunikasi, melainkan di kalangan orang – orang awam pun komunikasi merupakan pokok pembahasan, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki banyak sekali arti dan definisinya. Memahami sebuah komunikasi dapat dimulai dengan memiliki pemahaman artian dari komunikasi itu sendiri dengan langkah pertama melakukan komunikasi dapat memperbaiki sebuah pemahaman atas fenomena atau konflik yang terjadi.

William I. Gordon (2001:41) menerangkan tentang artian komunikasi, komunikasi dari bahasa Inggris adalah *communication*, dan dari kata Latin adalah *communis* yang artinya adalah sama. Sebutan *communis* ini adalah sebuah sebutan yang paling sering disebut sebagai asal mula kata komunikasi, yang berarti adalah akar jika disamakan oleh kata – kata Latin yang lainnya. Komunikasi memiliki banyak sekali definisi dan teori maka tidak ada sebuah definisi yang benar ataupun salah tentang komunikasi.

Maka dari itu banyak pertanyaan tentang komunikasi, apakah komunikasi merupakan sebuah tindakan sesaat atau sebuah peristiwa atau sebuah proses yang terus dilakukan tetapi berkesinambungan. Meskipun banyak sekali ahli yang mendefinisikan sebuah komunikasi dengan berbeda – beda tetapi tetap saja mendefinisikan sebuah komunikasi itu tidak ada benar atau salahnya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode studi kasus atau *case study research* merupakan salah satu bentuk metode kualitatif analisis mendalam oleh individu dan menghasilkan sebuah deskripsi naratif. Dengan metode pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Hasil dari keseluruhan dari pengelolaan media internal portal Telkom yang dilakukan oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Banten.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai proses pengelolaan media internal Portal Telkom memiliki konteks atau model pemberitaan yang memiliki ciri khas tersendiri yang tetap menggunakan teori George R. Terry tentang tahapan manajemen media oleh public relations yaitu POAC atau *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*. Dalam melakukan proses pengelolaan media internal portal, unit sekretariat dan team melakukan sebuah briefing sebelum memulai kegiatan liputan dan rapat rutin mingguan yang diharapkan mampu dan dapat menampung serta mengarahkan visi pada tim redaksi menjadi visi perusahaan. Karena *briefing* dan rapat pada saat melakukan perencanaan atau *planning* sebelum menyajikan berita sangat penting bagi staf, karyawan maupun tim redaksi karena mempengaruhi dan memotivasi tim redaksi pada di lapangan saat bekerja.

Dalam *Organizing* pada pengelolaan media internal portal Telkom ini adalah unit sekretariat membagi tugas dengan tim redaksi dan editor. Hal tersebut dilakukan agar lebih efisien pada saat mereka mengerjakan tugas yang sudah diberikan. Lalu pada *Actuating* atau tindakan merupakan kegiatan yang merealisasikan sebuah rencana yang sudah dibicarakan pada saat *breafing* dan *organizing* agar persiapannya lebih matang saat tim sedang dilapangan ataupun sedang menyajikan beritanya.

Terakhir dalam melakukan *Controlling*, Unit sekretariat dan komunikasi Telkom banten menggunakan cara *preventif controlling* yaitu, tindakan pengawasan yang dilakukan sebelum melakukan pekerjaan atau kegiatan, seperti evaluasi utama pada saat *briefing*. *Preventive Controlling* dilakukan untuk menghindari adanya sebuah kesalahan atau penyimpangan pada saat tim redaksi mengambil informasi atau berita atau juga pada saat tim editor menyunting dan mengedit berita. *Preventive Controlling* ini bersifat prediktif.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengelolaan media internal portal, Strategi dalam mengelola internal portal memiliki 4 jenis strategi yang dilakukan dalam mengelola media internal dan juga memiliki 3 tahapan strategi yang diperlukan dalam menyajikan informasi atau berita untuk media internal Portal Telkom. Strategi utama yang digunakan yaitu, yang pertama strategi pemilihan informasi atau berita, strategi penempatan informasi atau berita, strategi penyajian dan pengembangan, dan strategi menjaga akurasi informasi berita. Dimasing – masing strategi tersebut menjelaskan bagaimana unit sekretariat dan tim melakukan penyajian berita sebelum dipublikasikan.

dan juga terdapat 3 tahapan strategi penting dalam menyajikan berita yaitu, briefing atau rapat redaksi terkait masalah akurasi berita, strategi waktu dan strategi menggunakan standar penilaian berita dari sudut pandang wartawan.

Berdasarkan hasil dari keseluruhan dari pengelolaan media internal portal Telkom yang dilakukan oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Banten. Unit Sekretariat dan tim lebih mengedepankan bagaimana publik internal mendapatkan berita tentang kegiatan atau event yang dilakukan perusahaan itu fakta dan sesuai ada di lapangan. Unit sekretariat dan komunikasi beserta tim dalam melakukan proses pengelolaan dan strategi pengelolaan media internal terlihat cukup rumit akan tetapi mereka mengedepankan etika jurnalistik dalam strategi pengelolaan media internalnya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pengelolaan media internal portal Telkom oleh unit sekretariat dan komunikasi di Telkom banten, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses pengelolaan media internal PORTAL adalah dengan menggunakan tahapan manajemen public relations menurut George R. Terry yaitu POAC, *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*.
2. Sebelum dilakukannya penyajian berita dalam proses pengelolaan, unit sekretariat dan komunikasi mengadakan sebuah briefing rutin di pagi hari dan rapat redaksi setiap minggu.
3. Dalam proses strategi pengelolaan media internal PORTAL, unit sekretariat dan komunikasi menggunakan informasi atau pemberitaan yang berbeda dalam setiap harinya dengan cara menggunakan strategi : 1) Menentukan pemilihan informasi atau berita, 2) Strategi penempatan informasi atau berita, dalam penempatan informasi atau berita ini lebih melihat sisi kegiatan atau event yang dijadikan pemberitaan yang mengundang perhatian mulai dari publik internal maupun eksternal. 3) Strategi penyajian dan pengembangan, adalah bahwa media internal portal Telkom ini menyajikan sebuah berita yang sangat menarik, penting dan berkualitas dan 4) strategi menjaga akurasi informasi berita.
4. Pada strategi media internal portal dalam menjaga akurasi informasi berita, memiliki 3 tahapan yang penting yakni : 1) Strategi pertama unit sekretariat dalam melakukan masalah akurasi terkait beritanya pada rapat redaksi, dalam rapat tersebut biasanya unit sekretariat dan tim diingatkan tentang keakuratan beritanya, 2) Strategi waktu, biasanya menyingkat sebuah berita pada bagian terpenting isi berita atau informasi saja, karena lebih menyingkat waktu pembaca agar tidak jenuh. 3) Strategi ketiga menggunakan standar penilaian berita dari sudut pandang wartawan, biasanya penilaian ini menjadikan sebuah poin tambah pada unit sekretariat dan tim apabila pemberitaannya memiliki unsur prominent atau terkenal.

B. Saran

Saran yang ingin penulis sampaikan yaitu :

1. Unit sekretariat dan komunikasi Telkom banten diharapkan tetap menyajikan berita – berita yang aktual, cepat dan juga terpercaya khususnya pemberitaan seputar informasi perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.
2. Telkom Banten sebaiknya menambah unit khusus wartawan yang mengurus media online internal maupun eksternal. Agar pekerjaan utama unit sekretariat dan komunikasi tidak terlalu terganggu dengan pengelolaan media internal portal.
3. Kepada peneliti diharapkan kedepannya agar lebih berkembang lebih jauh lagi penelitiannya terkait analisis pengelolaan media internal Portal Telkom oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Banten

REFERENSI

- Asep Syamsul M. (2012). Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, Nuansa, Bandung,
- Bernues, Olivian. (2017). *Communication as an Element of Knowledge for the Company's Human Resources*. Science Direct.
- Endang. AseLINE (2019). *Komunikasi Internal Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lexi J. Moleong. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Linggar, Anggoro. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan; Serta Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

- Mona. Leila. (2019). *Komunikasi Korporat: Konteks Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Prenada Media Group. Nurtjahjani, Fullchis. (2018). *Public Relations: Citra dan Praktek*. Malang: Polinema Press
- Oktarina. Yetty. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Onyiego, Stellah I. (2004) Effectiveness of Communication Media Used by the Public Relations Department in Facilitating Effective Internal Public Relations at the Kerio Valley Development Authority in Kenya, *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 4, No. 9.
- Pedro, Sonia. (2017). *Internal Communication And Organizational Culture : The Management Interplay in the View of the Portuguese Communication Consultant*
- Rumanti, Maria Assumpta. (2005). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*, Jakarta: PT Grasindo.
- Sambo, Mariadi. (2019). *Media Relations Kontemporer : Teori dan Praktik*. Jakarta: Prenada Media Group
- Sareb Putra R. Masri. (2006). *Teknik Menulis Berita dan Feature*. Jakarta: PT. Indeks.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Grasindo
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.