

Strategi Humas Dalam Mengembalikan Citra Positif Radio Baiturrahman Di Kalangan Pendengar

Dara Julana, Hafidhatul Maula Ali

Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh

200401008@student.ar-raniry.ac.id, 200401019@student.ar-raniry.ac.id

Abstract

The research entitled "The Public Relations Strategy in Restoring a Positive Image of Baiturrahman Radio among Listeners" was conducted to find out what strategies were carried out by public relations at Baiturrahman Radio to restore a positive image among the public. This study uses a research method in the form of a descriptive method using field research techniques. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. This study also uses a descriptive correlation method using a quantitative approach, namely describing the Public Relations Strategy in Restoring a Positive Image of Baiturrahman Radio among Listeners. This research approach is used to test the applied hypothesis. This research uses Situational Theory of The Publics. The situational theory of the publics or commonly abbreviated as STP is a useful theory for identifying the public, so that it can create more specific public categories based on the communication behavior of individuals and the effects of communication received by the individual. The results showed that the strategy carried out by Baiturrahman Radio's publicist was to re-schedule the Dakwatul Islam program so that the message conveyed was not maximal and no longer fragmented due to the call to prayer schedule which changes every day.

Key Words: *Public Relations (PR), Image, Radio*

Abstrakt:

Penelitian yang berjudul “Strategi Humas dalam Mengembalikan Citra Positif Radio Baiturrahman di kalangan Pendengar” dilakukan untuk mengetahui apa strategi yang dilakukan humas di Radio Baiturrahman untuk mengembalikan citra positif di kalangan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian berupa metode deskriptif dengan menggunakan Teknik penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni mendeskripsikan Strategi Humas dalam Mengembalikan Citra Positif Radio Baiturrahman di kalangan Pendengar. Pendekatan penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Penelitian ini menggunakan *Situational Theory of The Publics*. Teori *situational of the publics* atau yang biasa disingkat menjadi STP ini merupakan teori yang bermanfaat untuk mengidentifikasi publik, sehingga dapat membuat kategori publik dengan lebih spesifik berdasarkan perilaku komunikasi dari individu dan efek komunikasi yang diterima individu tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh humas Radio Baiturrahman adalah melakukan re-schedule pada program Dakwatul Islam sehingga tidak pesan yang disampaikan menjadi maksimal dan tidak lagi terpenggal-penggal yang diakibatkan karena jadwal adzan yang sering berganti setiap harinya.

Kata Kunci: Humas, Citra, Radio.

A. Pendahuluan

Di Indonesia, radio pertama kali diperkenalkan oleh pemerintah Belanda pada tahun 1920. Ketika pecah revolusi fisik, radio memegang peranan penting dalam mengobarkan semangat perjuangan rakyat untuk mempertahankan kemerdekaan. Sampai tahun 1994, diperkirakan sudah ada 34 juta pesawat radio di Indonesia yang dilayani oleh 49 stasiun radio pemerintah (RRI), 670 stasiun radio swasta niaga dan 133

stasiun radio pemerintah daerah, atau secara total 852 buah. Padahal pada tahun 1975 baru terdapat 512 buah stasiun radio. Ini pertanda bahwa radio siaran mempunyai tempat di hati masyarakat Indonesia.

Radio Baiturrahman didirikan dengan modal dari kas Masjid Raya Baiturrahman. Usulan pendirian radio siaran awalnya adalah untuk menyebarkan ceramah maghrib dan halaqah shubuh yang berlangsung rutin di Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh. Pada tanggal 12 Januari 1978 Radio Baiturrahman mulai mengudara dengan bantuan teknisi dari Radio Alfa Romeo di Banda Aceh. Pada awalnya, Radio Baiturrahman menyiarkan azan lima waktu, saat berjamaah dan ceramah di Masjid Raya Baiturrahman. Ditambah dengan beberapa program lain seperti dakwah islamiah, music islami dan pilihan pendengar setelah enam bulan mengudara, Radio Baiturrahman mengurus badan hukum perseroan terbatas dengan nama PT. Radio Suara Baiturrahman. Badan hukum ini telah beberapa kali berubah dan terakhir menjadi PT. Radio Gema Baiturrahman Jaya. Kini siaran Radio Baiturrahman FM dapat didengar pemancar FM dengan gelombang pancar 98,5 Mhz dan audio streaming di website www.baiturrahmanfm.co.id dan di www://tunein.com/station/?Stationid=203862 Hingga saat ini, PT Radio Suara Baiturrahman Jaya tetap eksis dengan program siaran; dakwah, edukasi, informasi, hiburan sehat, yang menurut research memiliki pendengar paling tinggi di Banda Aceh dan dari semua kalangan usia dengan presentase gambaran pendidikan dan ekonomi.

Kelebihan media radio dibanding dengan media lainnya, ialah cepat dan mudah dibawa kemana-mana. Radio bisa dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan lain, seperti memasak, menulis, menjahit dan semacamnya. Suatu hal yang tidak

mungkin terjadi pada media lain seperti TV, film dan surat kabar.

Radio Baiturrahman adalah salah satu radio yang mempunyai program program dakwah di dalamnya, salah satunya seperti program ruangan dakwatul islam yang di siarkan pada pukul menjelang waktu solat lima waktu , seperti kita ketahui bahwa waktu solat itu akan bergeser ataupun akan berubah ubah seiring berjalannya waktu. Program rungan dakwatul islam tersebut menjadi tidak efisien lagi karena penmepatan program yang tidak efisien sehingga menyebabkan durasi dakwah yang disiarkan menjadi lebih sedikit dari yang sudah terprogram sebelumnya, sehingga pesan-pesan yang terdapat dalam program dakwah tersebut tidak tersampaikan secara optimal.

Radio adalah media massa yang tergolong murah dan lebih kurang 80% dapat menjangkau wilayah Indonesia. Radio juga mendapat julukan sebagai kekuasaan kelima, yakni setelah pers. Disebut kekuasaan kelima karena dibuktikan oleh sejarah, yakni ketika menjelang semasa dan sesudah Perang Dunia II tatkala Jerman, Italia dan Jepang di satu pihak terlibat dalam perang radio dengan Inggris, Amerika, Rusia dan negara – negara lainnya dilain pihak. Radio dikatakan sebagai satu alat komunikasi yang baik, walau radio hanya dapat didengar (auditif) dan mempunyai peranan yang sangat penting untuk mendapatkan informasi, hiburan , dan lain – lain. Radio sifatnya langsung, untuk mencapai sasarannya (pendengar) dalam menyampaikan sesuatu hal maka tidaklah mengalami proses yang kompleks seperti halnya dengan menggunakan surat kabar, pamphlet, majalah, dan media massa lainnya.

Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat, yakni karena adanya music, kata-kata, dan efek suara. Dalam menikmati siaran radio hanya memerlukan indera telinga, jadi

bisa dinikmati sambil mengerjakan sesuatu. Tidak mengenal jarak dan rintangan, yakni mampu menembus gunung-gunung yang tinggi, lautan dan padang pasir. Tak ada tanda bahwa radio kurang digemari oleh rakyat Indonesia, sebab radio memiliki kemampuan audio yang khas dengan mengandalkan perpaduan antara suara dan bunyi, misalnya dalam siaran olahraga yang dipancarkan langsung di arena pertandingan suara penyiar bisa meliuk-liuk dan membuat pendengar larut dalam keasyikan. Seperti halnya dengan media televisi, radio pemerintah lebih banyak menyiarkan kegiatan-kegiatan pembangunan, radio swasta niaga umumnya memiliki program siaran untuk bisnis dan hiburan, sedangkan radio pemerintah daerah, siarannya lebih banyak bersifat local untuk kepentingan pemerintah dan masyarakat setempat.

Siaran radio dapat diterima atau didengar bukan hanya oleh orang yang berpendidikan tinggi, tetapi juga oleh orang yang berpendidikan rendah. Radio mendapat banyak khalayak, terutama karena radio lebih banyak menghadirkan hiburan dan informasi yang aktual. Radio mampu melaporkan kepada khalayak mengenai peristiwa yang sedang berlangsung, yang disebut sebagai laporan pandangan mata. Para dai atau mubalig dapat menyiarkan secara lengkap ceramah agama, khutbah Jumat atau khutbah Idul Fitri dan Idul Adha secara langsung ketika peristiwa berlangsung. Dakwah secara dialogis dengan pendengar dapat juga dilakukan dengan bantuan telepon (Arifin, 2011: 109).

Kelebihan-kelebihan radio tersebut di dapat digunakan sebagai media menyampaikan pesan-pesan dakwah. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan tentunya harus dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Artinya harus ada program yang dirancang dan memang dibutuhkan oleh semua lapisan masyarakat, baik dari usia anak-anak, remaja,

dewasa. Tema-temanya pun dapat disesuaikan dengan jenis kelamin pendengarnya, semisal ada acara yang khusus membahas tentang dunia wanita, anak-anak, dan sebagainya. Dan yang perlu diperhatikan juga adalah materi dakwah diupayakan tidak menyinggung masalah-masalah yang sensitif sehingga tidak terjadi gesekan di masyarakat. Melihat peminat pendengar dakwah di era zaman sekarang sangat minim, terutama dikalangan kaum milenial. Radio Baiturrahman hadir dengan berbagai program-program dakwah, salah satunya Program Ruang Dakwatul Islam yang disiarkan pada waktu menjelang sholat, lebih tepatnya 50 menit sebelum waktu sholat tiba. Jadwal shalat disusun berdasarkan data matahari, baik pada saat yang bersangkutan (jam, hari bulan dan tahun) maupun data rata-rata. Ketepatan penentuan waktu shalat, disamping tergantung pada sistem/ rumus-rumus yang dipergunakan juga tergantung kepada ketepatan pengambilan data yang berhubungan dengan matahari maupun data lain yang dibutuhkan dalam perhitungan. Seiring dengan perkembangan IPTEK dan hasil penyelidikan empirik terhadap posisi matahari, maka penentuan waktu shalat yang didasarkan pada observasi langsung, dalam prakteknya di masyarakat ada kecenderungan mengalami pergeseran dari sistem observasi (rukyat) ke sistem perhitungan (hisab). Artinya, saat ini masyarakat secara umum cenderung lebih memilih melihat jadwal salat, tidak lagi merukyat langsung fenomena pergerakan matahari. Program ruangan dakwatul islam yang ada di salah satu program dakwah di Radio Baiturrahman Banda Aceh, sudah terealisasi sesuai dengan durasi pelaksanaan, akan tetapi karena pergeseran waktu solat yang terjadi maka pemutaran dakwah tidak optimal, sehingga pesan yang tersampaikan juga tidak maksimal, hal tersebut disebabkan oleh durasi dan juga pesan yang tersampaikan tidak utuh

(terpenggal-penggal), dan berakibat fatal pada pendengar radio dalam menyerap pesan yang disampaikan oleh para da'i. Dan ceramah yang maupun dakwah yang disiarkan sering kali dakwah yang sama yang disiarkan itu – itu saja membuat hadirnya kejenuhan pada pendengar Radio Baiturrahman Banda Aceh, sehingga hal – hal tersebut membuat radio kehilangan pendengar karena tidak efisien dalam menata program.

Umat Islam adalah umat yang menyeru kepada kebenaran, dakwah adalah salah satu kewajiban bagi umat Islam. Penyebaran Islam dilakukan melalui dakwah, hal ini yang dilakukan oleh Nabi saw. Karena pentingnya dakwah itulah, maka dakwah bukanlah pekerjaan yang dipikirkan dan dikerjakan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah diwajibkan bagi setiap pengikutnya. Umat nabi Muhammad adalah adalah khairul ummah yang memiliki tugas pokok, di antaranya; beramar ma'ruf (mengajak kepada kebaikan), bernahi munkar (mencegah kemungkaran), dan beriman kepada Allah untuk landasan utama bagi segalanya. Melihat bagaimana peran dakwaha dalam islam sangat lah penting dan juga menjadi salah satu kewajiban bagi umat islam, maka tidak efektif nya penyaiaran dakwah yang dilakukan di Radio Baiturrahman akan berefek luas, seperti halnya pesan pesan yang tersampaikan dalam dakwah tersebut tidak tersampaikan secara optimal, sehingga para pendengar tidak dapat menerima pesan secara menyeluruh, maka hal ini penting diperhatikan oleh pihak Radio, dikarenakan akan berefek menurunnya peminat pendengar dakwah melalui media massa Radio Baiturrahman Bagi Warga Banda Aceh. Sudah banyak penelitian yang mengkaji tentang Dakwah yang di siarkan melalui media massa, salah satunya media massa radio, namun setiap kajian memiliki karakteristik dan

keunikan masing-masing. Peran programmer, para da'i, penyiar, di radio sangatlah penting. Penelitian yang berjudul Strategi Humas dalam Mengembalikan Citra Positif Radio Baiturrahman di kalangan Pendengar meneliti tentang strategi apa yang seharusnya dilakukan untuk mengembalikan citra positif Radio Baiturrahman.

Ada beberapa jurnal yang disatukan, ditujukan agar penelitian yang dilakukan menjadi semakin kuat karena isi yang terdapat pada beberapa jurnal dapat dijadikan acuan. Dari beberapa jurnal penelitian dapat diketahui bahwa tidak ada yang khusus membahas tentang Strategi Humas dalam Mengembalikan Citra Positif Radio Baiturrahman di kalangan Pendengar, dengan demikian, dapat di simpulkan bahwa penelitian yang dilakukan belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

B. Konseptual / Teori

Penelitian ini menggunakan *Situational Theory of The Publics*. Teori *situational of the publics* atau yang biasa disingkat menjadi STP ini merupakan teori yang bermanfaat untuk mengidentifikasi publik, sehingga dapat membuat kategori publik dengan lebih spesifik berdasarkan perilaku komunikasi dari individu dan efek komunikasi yang diterima individu tersebut. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa pesan komunikasi yang disampaikan oleh praktisi public relations benar-benar sesuai dengan kebutuhan sasarannya. Publics yang dimaksud disini menyangkut beberapa kalangan seperti jurnalis, karyawan, investor, konsumen, pemerintah, atau komunitas lokal. Secara umum, teori yang digagas oleh James E. Grunig ini mendeskripsikan sikap dan perilaku komunikasi dari publik terhadap organisasinya. Teori ini, dapat digunakan oleh praktisi public

relations untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan publik berdasarkan persepsi, sikap, dan perilaku publik terhadap organisasi, baik terhadap programnya, produknya, maupun ketika terjadi situasi krisis. Selain itu, teori ini juga beranggapan bahwa publik memiliki pengetahuan (knowledge) dan kesadaran (awareness), sikap, dan perilaku tertentu terhadap organisasi. Maka dari itu, praktisi public relations harus memahami publiknya melalui perilaku komunikasi yang dilakukan oleh publiknya.

Dalam praktik public relations, teori *situational theory of the publics* merupakan teori yang sangat penting karena teori ini benar-benar digunakan untuk mengidentifikasi dan mengantisipasi publiknya. Tidak semua publik dari organisasi menaruh perhatian yang besar terhadap organisasinya, atau bahkan terdapat beberapa individu yang memberi perhatian besar terhadap organisasi. Publik yang memberi perhatian besar terhadap organisasi sering disebut dengan publik aktif. Publik aktif ini akan selalu mencari informasi yang benar dan akurat, serta berkualitas, dan mampu menjawab rasa keingintahuannya (Kriyantono, 2014: 160). Organisasi dituntut untuk membuka komunikasi dua arah yang timbal balik agar terjadi pertukaran informasi yang positif dengan publiknya. Untuk menentukan publik yang aktif atau tidaknya, praktisi public relations harus melakukan penelitian terlebih dahulu. Penelitian dapat dilakukan dengan cara survei ataupun melakukan focus group discussion (FGD). Selain itu, STP ini juga dapat dijadikan acuan bagi praktisi public relations untuk bersikap lebih etis dalam kampanyenya

1. Strategi Humas

Strategi merupakan suatu hal yang penting dimana salah satu cara untuk mencapai tujuan sehingga visi dan misi dapat tercapai. Strategi ini merupakan cara mencapai tujuan jangka

panjang dari sebuah perusahaan yang ditentukan berdasarkan dari hasil analisis situasi dan risetyang telah dilakukan dengan menggunakan sebuah tindakan tertentu dan memerlukan alokasi sumber daya yang diperlukan dalam pelaksanaan tindakan tersebut.

Menurut Onong Uchjana Effendi, pakar ilmu komunikasi mengatakan strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu perencanaan tersebut. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan peta arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹

2. Citra

Citra diartikan sebagai kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta dan kenyataan (Soemirat dan Ardianto, 2005: 114). Citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Citra positif merupakan tujuan semua organisasi. Demikian juga pada organisasi publik seperti organisasi pemerintah. Organisasi pemerintah juga memerlukan citra positif agar dapat terus diterima oleh masyarakat. Citra perusahaan penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Untuk itu, perusahaan perlu mengkomunikasikan secara jelas tentang perusahaan yang diharapkan, sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif.²

3. Radio

Radio adalah radiasi sinyal elektromagnetik yang merambat melalui atmosfer dan atau ruang hampa. Radiasi

¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Jakarta: Erlangga,2015), h,32

² Soemirat,Ardianto, *Dasar Dasar Public Relations*, (Rosda:2005), hal.114

tersebut terbentuk ketika objek bermuatan listrik dari gelombang carrier dimodulasi dengan gelombang audio pada frekuensi gelombang radio pada suatu spektrum elektromagnetik.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan Teknik penelitian lapangan. Sifat penelitian ini bersifat deskriptif. Sumber data menggunakan sumber data primer dan sekunder, dengan subjek penelitiannya adalah pendengar radio streaming Baiturrahman dan da'i radio Baiturrahman. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni mendeskripsikan Strategi Humas dalam Mengembalikan Citra Positif Radio Baiturrahman di kalangan Pendengar. Pendekatan penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Strategi utama yang dilakukan oleh Humas Radio Baiturrahman Banda Aceh adalah melakukan re-schedule pada jadwal program Ruang Dakwatul Islam yang berisi pemutaran dakwah sehingga pesan yang tersampaikan dalam dakwah tersebut tersampaikan secara maksimal tidak lagi terpenggal penggal. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dimana program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakat baik dari usia anak-anak, remaja, maupun dewasa. Tema-temanya juga disesuaikan dengan jenis kelamin pendengarnya, semisal ada

acara yang khusus membahas tentang dunia wanita, anak-anak, dan sebagainya. Dan yang perlu diperhatikan juga adalah materi dakwah diupayakan tidak menyinggung masalah-masalah yang sensitif sehingga tidak terjadi gesekan di masyarakat. Selain itu yang lebih penting adalah mengatur Kembali jadwal penyiaran yang sesuai dengan jadwal sholat. Agar pesan yang disampaikan tersampaikan secara efisien.

2. Pembahasan

Dalam membentuk citra positif, suatu Lembaga membutuhkan strategi yang akan dilakukan baik yang bersifat internal atau eksternal. Contohnya seperti strategi persuasive, edukasi, tanggung jawab sosial humas, Kerjasama, dan lain sebagainya.³ Peran humas sangatlah penting karena ia merupakan tulang punggung suatu Lembaga. Jika ingin Lembaga tersebut berjalan dengan baik dan mendapat pandangan yang positif maka ia harus memiliki humas yang mampu menciptakan citra positif dikalangan masyarakatnya. Hal ini berguna untuk memberikan atau mengembalikan kepercayaan dari masyarakat itu sendiri.⁴

Radio Baiturrahman sebagai media untuk menyiarkan pesan dakwah juga mempunyai strategi dalam membentuk citra positif terhadap pendengarnya. Melakukan re-schedule pada jadwal pemograman Dakwatul Islam merupakan strategi utama yang dilakukan oleh humas Radio Baiturrahman dalam mengembalikan citra positif dikalangan pendengarnya,

³ Nadia Muharman, Zakirah Azman, Tari Aulia Sari. *Strategi Humas Polsek Bendahara dalam Menciptakan Citra Positif dimata Masyarakat Pasca Kasus Tewasnya Pelaku Dugaan Penyalahgunaan Narkotika*. Jurnal Perawi: Media Kajian Komunikasi Islam. Vol. No. 2. Tahun 20 21. Hal. 89

⁴ Selvina L. Lengkong Mariam sondakh J.W. Londa. *Strategi Public Relations dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)*. e-journal "Acta Diurna". Volume VI. No. 1. Tahun 201.

sehingga pesannya tersampaikan secara maksimal dan tidak terpenggal-penggal yang disebabkan oleh jadwal adzan yang tidak sama setiap harinya.

Selain itu strategi yang dilakukan juga berupa menyampaikan pesan-pesan dakwah yang sesuai dengan kebutuhan pendengarnya baik dikalangan anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua. Karena kalau tidak seperti itu Radio Baiturrahman akan kehilangan pendengarnya secara perlahan-lahan.

Dalam hal ini humas Radio Baiturrahman menggunakan pendekatan kerjasama, karena sesuai dengan pengertian dari pendekatan itu sendiri bahwa humas itu sendiri berusaha untuk membina hubungan yang harmonis antara organisasi tersebut dengan berbagai kalangan, baik hubungan internal ataupun eksternal. Ia berkewajiban untuk memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima atau mendapat dukungan dari masyarakat (publik sasarannya). Hal tersebut dilaksanakan agar terjalinnya hubungan yang baik dengan publiknya sehingga mendapat respon atau opini yang positif dari masyarakat.

Menegnai strategi yang digunakan oleh humas Radio Baiturrahman dalam mengembalikan citra positif dikalangan pendengar sesuai dengan teori yang dipilih yaitu *Situational Theory of The Publics* atau disingkat dengan STP, dimana teori ini bermanfaat untuk mengidentifikasi publik, sehingga dapat membuat kategori publik dengan lebih spesifik berdasarkan perilaku komunikasi dari individu dan efek komunikasi yang diterima individu tersebut. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah pesan tersebut sampai kepada pendengar sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

E. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis terhadap data penelitian, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Strategi yang digunakan oleh humas Radio Baiturrahman merupakan melakukan re-schedule terhadap program sehingga tidak pesan yang disampaikan menjadi maksimal dan tidak lagi terpenggal-penggal yang diakibatkan karena jadwal adzan yang sering berganti setiap harinya.
2. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Situational Theory of The Publics* atau yang biasa disebut dengan STP.

Daftar Pustaka

Hidayat, M. (2018). Penyebab Perbedaan Hasil Perhitungan Jadwal. *AL-MARSHAD: JURNAL ASTRONOMI ISLAM DAN ILMU-ILMU BERKAITAN*.

QAIMUDDIN, I. (2019). KEWAJIBAN BERDAKWAH BAGI SETIAP MUSLIM. *Jurnal Pendidikan, Keislaman, Ekonomi dan Budaya*.

Zani, A. (2016). *DAKWAH MELALUI RADIO*:

Nurudin, M.Si. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. PT RajaGrafindo Persada

Hafied Canggara.(1998) Pengantar Ilmu Komunikasi Massa. PT RajaGrafindo Persada

Roudhonah.(2019).Ilmu Komunikasi.PT RajaGrafindo Persada

<https://repository.metrouniv.ac.id/>

<https://repository.uinjkt.ac.id/>

Nadia Muharman, Zakirah Azman, Tari Aulia Sari. (2021) *Strategi Humas Polsek Bendahara dalam Menciptakan Citra Positif dimata Masyarakat Pasca Kasus Tewasnya Pelaku Dugaan Penyalahgunaan Narkotika*. Jurnal Perawi: Media Kajian Komunikasi Islam. Vol. No. 2. Hal. 89

Selvina L. Lengkong Mariam sondakh J.W. Londa. (2017) *Strategi Public Relations dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)*. e-journal "Acta Diurna". Volume VI. No. 1.

<https://auliarachmawp.wordpress.com/2017/04/09/teori-teori-dalam-public-relations/>

Cynda Adissa Lianita. (2015). *Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra SentulFreshEducation Farm*. Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor. Diakses dari <https://123dok.com/document/7q0k94vy-strategi-public-relations-meningkatkan-citra-sentulfresh-education-program.html>

Onong Uchjana Effendi. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Jakarta:Erlangga). Hal. 32

Soemirat, Ardianto. (2005). *Dasar Dasar Public Relations*. Hal. 114

