

OUTCOMES DARI HUBUNGAN JANGKA PANJANG ANTARA HUMAS UNIVERSITAS DAN MEDIA DI SEMARANG

Malta Nur Doa

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro Semarang

Abstrak

Humas universitas telah melakukan evaluasi kesuksesan dan kegagalan mereka berdasarkan pada *outputs* seperti jumlah siaran pers yang dibuat, jumlah berita yang dimuat di media, panjang kolom yang dipublikasikan sebagai cerita. Walaupun penting untuk tetap mempertahankan pengukuran *outputs*, lebih penting untuk mengukur *outcomes* dan kualitas hubungan organisasi dan publik kuncinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur *outcomes* hubungan jangka panjang humas universitas dan media di Semarang. Upaya menjawab permasalahan dan tujuan penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan komunikasi antar pribadi yang diuraikan dalam 4 variabel yakni kepercayaan, komitmen, kendali bersama dan kepuasan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode campuran kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan pada media di Semarang. Penelitian kualitatif dilakukan pada enam humas universitas. Hasil penelitian ini menunjukkan humas universitas negeri dipersepsikan media lebih baik daripada humas universitas swasta. Persepsi media tentang kepercayaan, komitmen, kendali bersama dan kepuasan adalah berdasarkan perilaku humas universitas dalam melakukan kegiatan *media relations*. Perbedaan persepsi ditemukan antara persepsi humas universitas dan media. Perbedaan ini menyangkut persepsi tentang bagaimana humas universitas memposisikan peran dan apa yang telah mereka lakukan dalam *media relations* dan bagaimana persepsi media tentang hal tersebut. Perbedaan ini menemukan ada beberapa humas universitas yang menilai mereka telah berperan dan melakukan tugasnya dalam *media relations* dengan baik, namun media mempersepsikan buruk. Sebaliknya, ada beberapa humas universitas yang menilai mereka belum

berperan dan melakukan tugasnya dalam *media relations* dengan baik, namun media mempersepsikan mereka telah melakukan dengan baik. Disarankan humas universitas menggunakan pengukuran *outcomes* dalam evaluasi kegiatan humas mereka. Humas universitas negeri diminta untuk mempertahankan kuantitas dan kualitas persepsi media. Humas universitas swasta diminta untuk menambah jumlah publik media untuk kegiatan *media relations* dan merubah persepsi mereka tentang manajemen *media relations* yang ideal.

Key Words: hubungan masyarakat, *media relations*, *mixed methodology*, *outcomes hubungan*.

Pendahuluan

Humas universitas memiliki fungsi yang melekat pada manajemen dalam menjalin dan membina hubungan harmonis dengan publik internal dan fungsi yang kedua yakni terkait fungsi komunikasi untuk menciptakan komunikasi dan mengatur arus informasi dengan publik eksternal demi tercapinya citra positif bagi kedua belah pihak. Semakin banyaknya praktisi dan akademisi kehumasan meyakini bahwa tujuan dasar dari humas adalah untuk membangun dan kemudian meningkatkan hubungan yang berlangsung atau jangka panjang dengan publik khusus dari organisasi. Penelitian hubungan humas dan publik membantu untuk menentukan derajat dari organisasi dan publik khusus, secara khusus juga memberikan pandangan mendalam pada manajemen dari organisasi dan menampilkan nilai dari humas strategis.

Humas universitas telah melakukan evaluasi kesuksesan dan kegagalan mereka berdasarkan pada *outputs* seperti jumlah siaran pers yang dibuat, jumlah berita yang dimuat di media, panjang kolom yang dipublikasikan sebagai cerita. Pengukuran *outputs* melihat berapa banyak perhatian pelayanan media yang didapatkan. Pengukuran *outputs* menyampaikan sedikit tentang efek medium komunikasi yang digunakan pada publik yang melihatnya. *Outputs* tidak menyampaikan jika publik memperhatikan pesan dari humas dan tidak mengukur kualitas hubungan antara organisasi dan publik. Evaluasi ini melalui pendekatan

simetris satu arah yakni dilihat dari sisi efek komunikasi yang dilakukan humas universitas .

Berbagai humas universitas di Semarang memiliki target pencapaian dan kegiatan yang berbeda setiap tahun. Target ini mencakup berapa peningkatan *media coverage* dan *outputs* kegiatan. Sebagai contoh humas Undip yang memiliki target mengirimkan siaran pers ke 20 media di Semarang yang ketika dievaluasi 85 persennya dimuat. Berbeda dengan humas universitas lain yang target media kurang dari 20 media. Tentu hasilnya tidak dapat dibandingkan satu sama lain. Jumlah kegiatan yang dilakukan terkait dengan *media relations* pun berbeda setiap universitas dan setiap tahunnya.

Data tambahan penelitian humas universitas di Semarang menyebutkan peran humas di universitas negeri cenderung bertindak sebagai *communication technician* dan hanya sedikit berperan sebagai *communication facilitator* (Luqman, 2011 : 38). Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi yang dilakukan oleh humas belum mencapai pada level *outcome* hubungan dan baru pada level *outputs* kegiatan. Salah satu keterbatasan dari evaluasi *outputs* adalah evaluasi ini terbatas pada model komunikasi satu yakni evaluasi yang dilakukan pada humas dan dilakukan oleh humas itu sendiri yang sesuai dengan peran humas sebagai *communication technician*.

Lindenmann mengatakan walaupun penting untuk tetap mempertahankan pengukuran *outputs*, lebih penting untuk mengukur *outcomes* dan kualitas hubungan organisasi dan publik kuncinya(1994 : 18). Keterbatasan dari evaluasi pengukuran kesuksesan dan kegagalan humas universitas melalui pengukuran *outputs* menjadi permasalahan komunikasi. Menjawab permasalahan keterbatasan pengukuran *outputs* perlu dilakukan evaluasi pengukuran melalui pengukuran *outcomes* dari hubungan jangka panjang humas universitas di Semarang. Penelitian ini dilakukan terhadap humas universitas di Semarang karena menjawab keterbatasan dari model evaluasi *outputs* dan mereka memiliki publik kunci yang sama yakni pihak media di Semarang. Data dari penelitian ini akan dijadikan acuan untuk membuat peringkat *outcomes* dari hubungan jangka panjang humas universitas di Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk untuk

mengukur dan menjelaskan *outcomes* dari hubungan jangka panjang antara humas universitas dengan media di Semarang.

Huang (1998 : 12) mendefinisikan hubungan organisasi dan publik sebagai tingkat dimana organisasi dan publiknya percaya satu sama lain, setuju pada kewenangan satu pihak untuk memengaruhi, pengalaman kepuasan masing-masing dan komitmen satu dengan yang lain. Para peneliti mengembangkan sebuah instrumen pengukuran yang mencakup dimensi hubungan yakni kepercayaan, kendali bersama, kepuasan hubungan dan komitmen hubungan. Huang menambahkan dimensi yang merefleksikan karakter dari budaya timur.

Skala Huang (2001 : 82) membuktikan bahwa empat dimensi yang mencakup kepercayaan, komitmen, kendali bersama dan kepuasan memiliki reliabilitas dan validitas yang baik dimana sebuah organisasi dapat menggunakannya untuk memahami lebih baik persepsi publiknya melalui kualitas hubungan dan demikian meningkatkan praktik humas. Para peneliti merancang instrumen pengukuran ini untuk dapat digunakan oleh organisasi yang berbeda. Mereka memberi saran untuk menyesuaikan skala atau menambahkan agar sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk mengukur hubungan organisasi dan publiknya.

Grunig dan Huang (1999: 38) mengembangkan indikator yang dapat dipercaya dari persepsi publik terhadap hubungan organisasi dan publik. Awal mula skala pengukuran mereka terdiri dari enam indikator yakni : kepercayaan, kendali bersama, kepuasan, komitmen, hubungan komunal dan pertukaran hubungan.

Metoda

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Penelitian deskriptif berkaitan dengan pengumpulan fakta dan identifikasi (Basuki, 2006 : 111). Teknik dan instrument khusus dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan peneliti. Keandalan mengacu pada konsistensi teknik atau instrument yang digunakan.

Penelitian dengan metoda penelitian campuran menggunakan dua kategori populasi. Populasi ini ditujukan pada penelitian kuantitatif dan kualitatif yang akan dilakukan. Pada penelitian kuantitatif yang akan dilakukan, populasi yang

digunakan adalah seluruh media massa di kota Semarang. Populasi yang digunakan pada urutan penelitian kualitatif dalam metoda penelitian campuran ini adalah seluruh humas universitas negeri dan universitas swasta di Semarang. Tambahan populasi dalam media di Semarang adalah kantor berita Antara.

Sampel humas universitas yang akan diteliti adalah sebagai berikut; (1) Universitas Diponegoro; (2) Universitas Negeri Semarang; (3) Universitas Dian Nuswantoro; (4); Universitas Islam Sultan Agung; (5) Universitas Katolik Soegija Pranata; (6) Universitas Semarang.

Analisis data yang digunakan yakni analisis paralel campuran. Pada analisis data ini dilakukan analisis bersamaan terhadap data kuantitatif dan kualitatif. Analisis data kuantitatif yang dilakukan dengan mengukur kecendrungan sentral yakni melalui peringkasan kelompok pengamatan/penilaian ke dalam bentuk tunggal, kemudian dilanjutkan dengan mengukur kedudukan relatif. Analisis data kualitatif pada penelitian ini berkaitan dengan reduksi data yakni memilah-milah data yang tidak beraturan menjadi potongan-potongan yang lebih teratur dengan mengoding, menyusunnya menjadi kategori (*memoing*), dan merangkumnya menjadi pola dan susunan yang sederhana. Kemudian, interpretasi yakni mendapatkan makna dan pemahaman terhadap kata-kata dan tindakan para partisipan riset dengan memunculkan konsep dan teori yang menjelaskan temuan (Daymon dan Holloway, 2008 : 369).

Pembahasan

Persepsi Media dan Humas tentang Kepercayaan

Media menilai kepercayaan dan keinginan dari humas universitas negeri untuk terbuka adalah yang paling banyak dan paling baik dibandingkan dengan universitas swasta. Unika memperoleh penilaian terbaik untuk universitas swasta dan Undip memperoleh penilaian terbaik untuk universitas negeri pada penilaian ini.

Humas universitas mempersepsikan beragam tentang kepercayaan dalam *media relations*. Humas universitas terbagi menjadi dua yakni humas universitas

negeri dan swasta dimana humas universitas negeri disimpulkan bahwa humas universitas negeri memiliki kepercayaan pada media lebih luas. Humas universitas swasta memiliki kepercayaan yang lebih selektif kepada media, sehingga hanya beberapa media yang dipercaya oleh humas universitas swasta.

Temuan ini ada yang konsisten dan ada yang tidak konsisten. Temuan ini konsisten ketika persepsi media yang menilai humas universitas memiliki kepercayaan yang kurang optimal dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan kepercayaan pada media yang mereka lakukan adalah lebih selektif. Temuan yang konsisten ditemukan juga pada persepsi media dan humas dimana media yang menilai kepercayaan pada humas sudah cukup baik dan humas universitas mempersepsikan kepercayaan kepada media yang luas.

Temuan yang tidak konsisten juga ditemukan ketika persepsi media yang menilai humas universitas memiliki kepercayaan yang cukup baik dan persepsi humas yang menyatakan kepercayaan pada media yang mereka lakukan adalah lebih selektif. Temuan yang tidak konsisten ditemukan juga pada persepsi media dan humas dimana media yang menilai kepercayaan pada humas sudah kurang optimal dan humas universitas mempersepsikan kepercayaan kepada media yang luas.

Persepsi Media dan Humas tentang Komitmen

Media menilai komitmen hubungan yang terbentuk dengan humas universitas negeri lebih sebanding dengan apa yang telah masing-masing upayakan untuk saling mempertahankan dan memajukan jika dibandingkan dengan universitas swasta. Unika memperoleh penilaian terbaik untuk universitas swasta dan Undip memperoleh penilaian terbaik untuk universitas negeri pada penilaian ini

Humas universitas mempersepsikan beragam tentang komitmen dalam *media relations*. Humas universitas terbagi menjadi dua yakni humas universitas yang memiliki komitmen yang tinggi dan rendah dimana humas universitas yang memiliki komitmen tinggi disimpulkan bahwa humas universitas memiliki variasi kegiatan personal *media relations* yang lebih banyak. Humas universitas memiliki komitmen yang rendah ketika variasi kegiatan personal *media relations* sedikit.

Temuan ini ada yang konsisten dan ada yang tidak konsisten. Temuan ini konsisten ketika persepsi media yang menilai humas universitas memiliki komitmen yang kurang optimal dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan komitmen pada media rendah dengan variasi kegiatan personal *media relations* sedikit. Temuan yang konsisten ditemukan juga pada persepsi media dan humas dimana media yang menilai komitmen yang cukup baik dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan komitmen yang tinggi dengan kegiatan personal *media relations* yang lebih banyak.

Temuan yang tidak konsisten juga ditemukan ketika persepsi media yang menilai humas universitas memiliki komitmen yang cukup baik dan persepsi humas yang menyatakan komitmen pada media rendah dengan variasi kegiatan personal *media relations* sedikit. Temuan yang konsisten ditemukan juga pada persepsi media dan humas dimana media yang menilai komitmen yang cukup baik dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan komitmen yang tinggi dengan kegiatan personal *media relations* yang lebih banyak.

Persepsi Media dan Humas tentang Kendali Bersama

Media menilai kendali bersama humas universitas negeri adalah paling banyak dan paling baik dalam memberikan media ruang untuk mereka memberikan pengaruh bagi universitas. Media menganggap melalui ruang ini menunjukkan bahwa media memiliki peran penting bagi humas universitas. Unika memperoleh penilaian terbaik untuk universitas swasta dan Undip memperoleh penilaian terbaik untuk universitas negeri pada penilaian ini.

Humas universitas mempersepsikan beragam tentang kendali dalam *media relations*. Humas universitas terbagi menjadi dua yakni humas universitas yang memiliki kendali bersama yang tinggi dan rendah dimana humas universitas yang memiliki kendali bersama tinggi disimpulkan bahwa humas universitas menempatkan jumlah peran media yang lebih banyak dilibatkan. Humas universitas memiliki kendali bersama yang rendah ketika menempatkan jumlah peran media yang sedikit dilibatkan.

Temuan ini ada yang konsisten dan ada yang tidak konsisten. Temuan ini konsisten ketika persepsi media yang menilai humas universitas memiliki kendali bersama yang kurang optimal dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan komitmen pada media rendah dengan menempatkan jumlah peran media yang sedikit dilibatkan. Temuan yang konsisten ditemukan juga pada persepsi media dan humas dimana media yang menilai kendali bersama yang cukup baik dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan komitmen yang tinggi dengan menempatkan jumlah peran media yang lebih banyak dilibatkan.

Temuan yang tidak konsisten juga ditemukan ketika persepsi media yang menilai humas universitas memiliki kendali bersama yang cukup baik dan persepsi humas yang menyatakan komitmen pada media rendah dengan variasi kegiatan personal *media relations* sedikit. Temuan yang konsisten ditemukan juga pada persepsi media dan humas dimana media yang menilai kendali bersama yang cukup baik dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan kendali bersama yang tinggi dengan kegiatan personal *media relations* yang lebih banyak.

Persepsi Media dan Humas tentang Kepuasan

Media menilai harapan-harapan positif media yang dipenuhi oleh humas universitas negeri lebih banyak dan lebih baik jika dibandingkan dengan universitas swasta. Harapan-harapan itu tertuang dalam bagaimana humas universitas memperlakukan dan memposisikan peran media dalam hubungan yang terjalin. Unissula memperoleh penilaian terbaik untuk universitas swasta dan Undip memperoleh penilaian terbaik untuk universitas negeri pada penilaian ini.

Humas universitas mempersepsikan beragam tentang kepuasan dalam *media relations*. Humas universitas terbagi menjadi dua yakni humas universitas yang memiliki kepuasan yang tinggi dan rendah dimana humas universitas yang memiliki kepuasan tinggi disimpulkan bahwa humas universitas memiliki optimisme terhadap pemenuhan manajemen hubungan yang ideal dan harapan serta kebutuhan media. Humas universitas memiliki kepuasan yang rendah ketika

mempersiapkan belum optimalnya pemenuhan terhadap manajemen hubungan yang ideal dan harapan serta kebutuhan media.

Temuan ini ada yang konsisten dan ada yang tidak konsisten. Temuan ini konsisten ketika persepsi media yang menilai humas universitas memiliki kepuasan yang kurang optimal dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan kepuasan pada media rendah dengan mempersiapkan belum optimalnya pemenuhan terhadap manajemen hubungan yang ideal dan harapan serta kebutuhan media. Temuan yang konsisten ditemukan juga pada persepsi media dan humas dimana media yang menilai kepuasan yang cukup baik dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan kepuasan yang tinggi dengan optimisme terhadap pemenuhan manajemen hubungan yang ideal dan harapan serta kebutuhan media..

Temuan yang tidak konsisten juga ditemukan ketika persepsi media yang menilai humas universitas memiliki kepuasan yang cukup baik dan persepsi humas yang menyatakan komitmen pada media rendah dengan variasi kegiatan personal *media relations* sedikit. Temuan yang konsisten ditemukan juga pada persepsi media dan humas dimana media yang menilai kepuasan yang cukup baik dan didukung dengan persepsi humas yang menyatakan kepuasan yang tinggi dengan optimisme terhadap pemenuhan manajemen hubungan yang ideal dan harapan serta kebutuhan media.

Penutup

Kesimpulan

Secara keseluruhan penilaian media pada humas universitas. Humas universitas negeri menempati penilaian tertinggi pada semua variabel daripada humas universitas swasta. Media menilai humas universitas swasta tidak banyak melibatkan mereka dalam aktifitas humas universitas ini adalah faktor utama alasan penilaian terhadap humas universitas swasta rendah.

Secara keseluruhan Undip memperoleh penilaian tertinggi jika dibandingkan humas universitas lainnya, namun penilaian rata-rata media belum mencapai angka 3 dari nilai maksimal 4 secara keseluruhan. Media-media yang dianggap

berada pada posisi publik media teratas seperti Suara Merdeka, Wawasan, Kompas dan Jateng Pos adalah yang memberi penilaian terendah pada humas Undip.

Perbedaan persepsi media dan humas universitas pada penelitian ini ditemukan pada semua variabel penelitian. Perbedaan ini menyangkut persepsi tentang bagaimana humas universitas memposisikan peran dan apa yang telah mereka lakukan dalam *media relations* dan bagaimana persepsi media tentang hal tersebut. Perbedaan ini menemukan ada beberapa humas universitas yang menilai mereka telah berperan dan melakukan tugasnya dalam *media relations* dengan baik, namun media mempersepsikan buruk. Sebaliknya, ada beberapa humas universitas yang menilai mereka belum berperan dan melakukan tugasnya dalam *media relations* dengan baik, namun media mempersepsikan mereka telah melakukan dengan baik.

Saran

Saran bagi humas universitas negeri adalah walaupun secara keseluruhan penilaian terhadap mereka adalah yang terbaik di antara humas universitas namun, secara keseluruhan nilai rata-rata yang diperoleh masih belum mencapai nilai yang optimal. Sebaiknya humas universitas tetap meningkatkan pendekatan hubungan dengan media berdasarkan hasil penilaian media. Humas universitas negeri perlu menggunakan evaluasi *outcomes* sebagai tambahan dari kelemahan *outputs*.

Saran bagi humas universitas swasta adalah walaupun secara keseluruhan penilaian terhadap mereka adalah masih perlu perbaikan namun, pendekatan yang telah dilakukan humas Unika dan universitas negeri dapat dijadikan acuan untuk saling meningkatkan kualitas. Humas universitas swasta perlu merubah persepsi mereka tentang bagaimana *media relations* yang ideal dan menggunakan evaluasi *outcomes* sebagai tambahan dari kelemahan *outputs* agar penilaian evaluasi yang dilakukan dapat lebih lengkap dan objektif. Humas universitas swasta sebaiknya menambah daftar publik media mereka dan melibatkan mereka dalam aktifitas-aktifitas humas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Dian (2008). *Pengelolaan Hubungan dengan Media di Infokom Semarang*. Undip : Semarang
- Basuki, Sulistyono.(2006). *Metoda Penelitian*. Jakarta : Wedatama Widya Sastra.
- Broom, G. M., Casey, S., & Ritchey, J. (1997). Toward a concept and theory of organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 9, 83-98.
- Cresswell, J.W. (1995). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M.. (2000). *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M.. (2007). *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Daymon, Christine dan Immy Holloway. (2008) *Riset Kualitatif*. Bandung : Bentang.
- Denzin, Norman K., Yvona S. Lincoln, Ed, 1994, *Handbook of Qualitative Research*, Tousand Oaks, Sage Publication
- Effendy, Onong Uchajana. (2009). *Human Relations & PR*. Bandung : Mandar Maju
- Edelman Trustbarometer*. (2011). Edelman : New York
- Edelman Trustbarometer*. (2012). Edelman : New York
- Ferguson, M. A. (1984). *Building theory in public relations: Interorganizational relationships*. Paper presented at the Paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Gainesville, FL.
- Grunig, J. E. (1992). Communication, public relations, and effective organizations: An overview of the book. In J. E. Grunig, D. M. Dozier, W. P. Ehling, L. A. Grunig, F. C. Repper, & J. White (Eds.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 1-28). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Grunig, J. E. (1993). From Symbolic to Behavioral Relationships. *Public Relations Review*, 19, 121-138.
- Grunig, J.E., & Grunig, L.A., (2001) *Guidelines for Formative and Evaluative Research in Public Affairs*. Gainesville, FL: The Institute for Public Relations.
- Grunig, J.E. Grunig, L.A., & Ehling, W.P. (1992) What is an effective organization? In J.E. Grunig, D.M. Dozier, W.P. Ehling, L.A. Grunig, F.C. Repper & J. White (Eds.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 65090). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Gruning, J. E., & Huang, Y. (2000). From organizational effectiveness to relationship indicators: Antecedents of relationships, public relations strategies and relationship outcomes. In J. A. Ledingham and S. D. Bruning, (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to public relations* (pp. 23-53). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Hon, L. C., & Grunig, J. E. (1999). *Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations*. Gainesville, FL: The Institute for Public Relations.
- Huang, Y. (1997). *Public relations, organization-public relationships, and conflict management*. Unpublished doctoral dissertation, University of Maryland, College Park.
- Jefkins, Frank. (1998). *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (1994). *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* : Pustaka Utama Grafiti.
- Kasali, Rhenald. (2003). *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* : Pustaka Utama Grafiti.
- Kuncoro, Mudrajad. (2007). *Metoda Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Lattimore, dkk. (2010). *Public Relations*. Jakarta : Salemba Humanika.

- Ledingham, J. A. (2001). Government-community relationships: Extending the relational perspective of public relations. *Public Relations Review*, 27(3), 285-295.
- Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (1998). Relationship management and public relations: Dimensions of an organization-public relationship. *Public Relations Review*, 24, 55-65.
- Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (2000). *Public Relations as relationship management : a relational approach to the study and practice of Public Relations*. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum.
- Lindenmann, W.K. (1994). Believe it or Not, Measuring *Public Relations* is Possible. In D.P. Shafer (Ed.), *Adding Value to the Public Affairs Function*. Washington, D.C.: Public Affairs Council.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A.Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika
- Luqman, Yanuar. (2011). *Peran dan Posisi Public Relations Sebagai Fungsi Manajemen di Universitas (Studi Lembaga Public Relations Dalam Manajemen Universitas di Semarang)*. Undip : Semarang.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta : Kencana
- Rossita, Laela. (2009). *Persepsi Pers mengenai Media Relations Kantor Humas dan Informasi kota Tegal*. Undip : Semarang.
- Singarimbun, Masri, dkk. 1995. *Metoda Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Setyowati, Dian. (2008). *Persepsi Wartawan Media Massa mengenai kegiatan Media Relations PT Telkomsel Regional Jateng & DIY*. Semarang : Undip.
- Severin, Werner J dan James W Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media
- Stacks, D. W. (2011). *Primer of Public Relations Research*. New York : Guilford.
- Tashakkori, Abbas dan Charles Teddlie. 2010. *Mixed Methodology*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

- Tashakkori, Abbas dan Charles Teddlie. 2010. *Mixed Methods* .Yogyakarta :
Pustaka Pelajar
- Vedova, Joseph. (2005). *Measuring Relationships: A Model for Evaluating U.S.
Air Force Public Affairs Programs*.Florida : University of Florida
- Wicaksono. (2004) *Kegiatan Humas Universitas Diponegoro dalam pengelolaan
Media Relations*.Undip : Semarang
- Wilson, L.J. (1984). The return to Gemeinschaft: A theory of public relations and
corporate community relations as relationship building. In A.F. Alkhafaji
(Ed.), *Business research yearbook: Global business perspectives*, 1 (pp.
135-141). Lanham, MD: University Press of America.