

Implementasi Fungsi *Public Relations* di LPP TVRI Sumatera Barat

The Implementation of Public Relations Functions in LPP TVRI West Sumatera

Widhihatmini

Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta

Email: widhihatmini@yahoo.com

Abstract

This research is motivated by the rapid development of social, cultural, political and economic life in society which requires the important role of television as a medium of mass communication. This important role can be carried out optimally if a broadcasting organization has public relations functions. This study aims to describe the implementation of public relations at LPP TVRI West Sumatera. This research is a qualitative research. This type of descriptive research was chosen to describe the implementation of public relations in government broadcasting institution. Data collection was carried out by interview, observation, and documentation. The results of this study indicate that the public relations functions have been implemented by LPP TVRI West Sumatera which include: establish, enhance, and maintain a positive image and reputation of government agencies by providing information on agency policies, programs and activities; create a conducive and dynamic climate of internal and external relations; become a liaison between agencies and the public; and carry out communication management functions which include planning, implementing, controlling, and providing input into information management. The implementation of public relations functions has not been carried out optimally because the organizational structure of LPP TVRI West Sumatera has not accommodated the functions of public relations structurally.

Key words: *implementation, public relations functions, government public relations, TVRI West Sumatera*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan pesatnya perkembangan kehidupan sosial, budaya, politik, dan ekonomi masyarakat yang memerlukan peran penting media penyiaran televisi sebagai media komunikasi massa. Peran penting tersebut dapat dilaksanakan secara optimal bila suatu organisasi penyiaran memiliki fungsi-fungsi *public relations*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi *public relations* di LPP TVRI Sumatera Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Jenis penelitian deskriptif dipilih untuk memaparkan implementasi *public relations* pada lembaga penyiaran pemerintah. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi-fungsi *public relations* telah diimplementasikan oleh LPP TVRI Sumatera Barat yang meliputi: membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif instansi pemerintah dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan instansi; menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis; menjadi penghubung instansi dengan publiknya; dan melaksanakan fungsi manajemen komunikasi yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam pengelolaan informasi. Implementasi fungsi-fungsi *public relations* belum dapat dilakukan secara maksimal karena struktur organisasi LPP TVRI Sumatera Barat belum mewadahi secara struktural fungsi-fungsi *public relations*.

Kata kunci: *implementasi, fungsi public relations, humas pemerintah, TVRI Sumatera Barat.*

PENDAHULUAN

Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia Sumatera Barat (selanjutnya ditulis LPP TVRI Sumatera Barat) adalah penyelenggara penyiaran publik yang urgen melakukan komunikasi secara efektif dengan warga negara/publik. Untuk menjalankan fungsi komunikasi tersebut diperlukan struktur organisasi yang mewadahi fungsi itu sehingga kinerja organisasi berjalan dengan baik. Secara konseptual, sebuah organisasi yang dinamis dan berkembang memiliki struktur organisasi yang mengakomodasi fungsi *public relations* untuk melakukan komunikasi baik secara internal maupun eksternal.

Sebagai lembaga penyiaran publik, begitu berat tanggung jawab LPP TVRI Sumatera Barat yang memiliki visi "Terwujudnya TVRI Sumatera Barat sebagai Media Utama Penggerak Pemersatu Bangsa". Namun, apabila dilihat dari struktur organisasinya, LPP TVRI Sumatera Barat belum mengakomodasi adanya fungsi *public relations* yang merupakan salah satu faktor utama eksistensi suatu organisasi.

Sementara itu, di sisi lain Pemerintah Kota Padang di bidang kehumasan mendapat apresiasi yang prestisius dari *Public Relations Indonesia Awards* (PRIA) 2019, pertama sebagai pemenang kategori kota terpopuler di media dan yang kedua, *bronze winner* kategori media sosial, yang mana hal ini mencerminkan kapasitas dan kapabilitas Bagian Humas dalam pelayanan komunikasi dan informasi publik. Menurut Bagian Humas Pemerintah Kota Padang (Siregar & Abdi, 2019), pencapaian penghargaan tersebut tidak terlepas dari eksistensi humas Pemerintah Kota Padang yang didukung dengan adanya hubungan baik dengan insan pers dan media massa. Baik itu dalam diseminasi informasi maupun pemberitaan yang bersifat saran

maupun kritikan. Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa ada komunikasi intensif antara Pemerintah Kota Padang dengan media massa yang salah satunya adalah LPP TVRI Sumatera Barat. Kemudian, muncul keingintahuan divisi manakah di LPP TVRI Sumatera Barat yang memiliki peran melakukan hubungan eksternal padahal secara struktur organisasi tidak ada divisi kehumasan.

Secara konseptual, suatu organisasi yang tidak memiliki fungsi *public relations* akan mengalami persoalan dalam manajemen komunikasi internal dan eksternal. Permasalahan ini memerlukan jawaban secara empiris yang akan dibahas dalam penelitian ini. Meskipun dalam struktur organisasinya belum ada fungsi *public relations*, namun LPP TVRI Sumatera Barat memiliki *website* dengan alamat URL: <http://tvrisumbar.co.id/profil/organisasi> sebagai media informasi dan komunikasi/interaksi antara LPP TVRI Sumatera Barat dengan publiknya. *Website* LPP TVRI Sumatera Barat memiliki berbagai variasi tipe informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, video, dan jasa. *Website* tersebut merupakan media *online* yang memberikan kesempatan berkomunikasi antara LPP TVRI Sumatera Barat dengan publiknya secara elektronik yang relatif mudah dan murah. Selain itu, juga memberikan kemungkinan dan kemudahan untuk mencari dan mengakses berbagai macam informasi khususnya tentang LPP TVRI Sumatera Barat.

LPP TVRI Sumatera Barat merupakan lembaga yang mengelola media penyiaran. Media penyiaran televisi merupakan salah satu media sangat penting sebagai bagian penting dalam sistem komunikasi modern di Indonesia karena beberapa alasan, (1) televisi menjangkau sekitar 80-90% penduduk sehingga penetrasi pun

ke dalam kehidupan masyarakat begitu kuat; (2) sebagai media komunikasi massa, televisi memiliki pengaruh yang relatif lebih kuat bila dibandingkan dengan media massa lainnya karena karakter televisi yang menggabungkan semua unsur komunikasi sehingga pesan yang ditampilkan benar-benar nyata (Putra, 2014: 6)

Pada saat ini, ada keterkaitan antara lembaga penyiaran televisi dengan keberlangsungan fungsi *public relations* untuk mengoptimalkan kinerja penyiaran dan pelayanan publik, serta komunikasi efektif termasuk yang dilakukan oleh LPP TVRI Sumatera Barat dengan publiknya. Adanya dinamika dan kompleksitas permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam kehidupan bernegara menuntut LPP TVRI Sumatera Barat mengembangkan strategi yang mampu mengatasi hal tersebut secara efektif dan efisien. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, manajemen pengelolaan segala permasalahan dan dinamika publik membutuhkan inovasi untuk mengatasinya. Pengimplementasian fungsi *public relations* merupakan hal yang urgen dalam pengembangan kualitas LPP TVRI Sumatera Barat. Konsep apapun yang dibangun oleh LPP TVRI Sumatera Barat, pada akhirnya memiliki satu misi yaitu dapat mempersatukan bangsa dan Negara Republik Indonesia. Oleh sebab itu, bergantung bagaimana LPP TVRI Sumatera Barat dalam menjalankan fungsi *public relations* untuk memberi publiknya kemudahan dalam berbagai hal.

Upaya mewujudkan keberhasilan lembaga penyiaran publik dilakukan oleh seluruh lembaga penyiaran publik di negara Indonesia termasuk LPP TVRI Sumatera Barat yang merupakan LPP daerah yang memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan LPP daerah lainnya, mengingat Sumatera Barat memiliki potensi

yang dikenal antara lain sebagai kota wisata, kota pendidikan, dan kota sejarah. Oleh karena itu, untuk mewujudkan keberhasilan LPP TVRI Sumatera Barat maka fungsi *public relations* sangat penting untuk mempercepat dan memperluas informasi dan komunikasi dengan publiknya.

Pengimplementasian fungsi *public relations* yang bertujuan untuk mempermudah publik dalam menyampaikan pandangan/ pendapat, saran atau keluhan mereka terhadap permasalahan dan berbagai hal dalam rangka mewujudkan penyiaran yang berkualitas belum dilakukan LPP TVRI Sumatera Barat secara optimal. Hal ini bisa dilihat dari belum adanya struktur organisasi yang mewadahi fungsi *public relations* di LPP TVRI Sumatera Barat. LPP TVRI Sumatera Barat yang belum memiliki struktur organisasi yang mewadahi fungsi *public relations* dimungkinkan akan mempengaruhi kinerjanya dalam mewujudkan lembaga penyiaran publik yang berkualitas. Berdasarkan fenomena tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana implementasi fungsi *public relations* di LPP TVRI Sumatera Barat?”. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi fungsi *public relations* di LPP TVRI Sumatera Barat.

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian *Public Relations*

The British Institute of Public Relations mendefinisikan *public relations* sebagai suatu upaya untuk membangun dan mempertahankan saling pengertian antara organisasi dan publiknya (Morissan, 2014: 6). Selain itu, *World Assembly of Public Relations* mendefinisikan *public relations* adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan

saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayak (Morissan, 2014: 8).

Dari beberapa definisi tersebut, kata kunci yang berkaitan dengan *public relations* mencakup unsur: kesengajaan, terencana, mengutamakan performa, mengutamakan kehendak masyarakat (*public interest*), komunikasi dua arah dan fungsi manajemen (Gassing & Suryanto, 2016: 14).

2. Fungsi-Fungsi *Public Relations*

Keberadaan fungsi *public relations* pada suatu organisasi biasanya diketahui dari adanya bagian atau departemen *public relations*. Ada berbagai ketidaksesuaian seringkali terjadi menyangkut keberadaan dan fungsi *public relations* pada suatu organisasi, dan belum ada kriteria yang jelas mengenai struktur dan fungsi *public relations* yang seperti apa yang paling cocok bagi suatu organisasi (Morissan, 2014: 95). Menurut Frank Jefkins, besar kecilnya departemen *public relations* pada suatu organisasi tergantung pada tiga hal yaitu ukuran organisasi, nilai atau arti penting fungsi *public relations* bagi manajemen dan karakteristik organisasi (Morissan, 2014: 95-96).

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan fungsi-fungsi *public relations* telah dilakukan oleh para peneliti. Namun, penelitian sebelumnya tentang fungsi *public relations* pada LPP TVRI Sumatera Barat belum ditemukan. Muliawati (2017:15) dari hasil penelitiannya di PT Angkasa Pura I (Perse-ro) dan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo menyatakan bahwa fungsi kehumasan meliputi fungsi demokrasi, fungsi pragmatisme, dan fungsi politik dengan dinamika kegiatan

public relations yang terdiri dari sosialisasi, konsultasi publik, *focus group discussion*, *media relations*, *press tour*, *open house*, dan CSR.

Penelitian lain tentang fungsi *public relations* juga dilakukan oleh Vardani (2017:118) yang menghasilkan temuan bahwa implementasi fungsi *public relations* meliputi fungsi interpretasi opini dan sikap publik melalui manajemen kontak dan program *training*. Selain itu, dinyatakan bahwa organisasi telah menjalankan sebagian besar fungsi *public relations* namun belum sepenuhnya memanfaatkan data pelanggan sebagai dasar analisis opini dan sikap publik serta dasar penyusunan program *public relations*. Hal tersebut disebabkan oleh minimnya kewenangan *public relations* untuk mengambil keputusan dan memberi saran kepada manajemen.

Penelitian tentang fungsi *public relations* juga dilakukan oleh Mayyasya (2018:35) yang menghasilkan temuan bahwa sebuah organisasi dapat menjalankan fungsi *public relations* apabila dapat memenuhi beberapa faktor yaitu memiliki hubungan baik dengan petinggi daerah, memiliki prestasi, dan memiliki jaringan yang luas baik terhadap institusi dan organisasi lain maupun media massa.

LPP TVRI Stasiun Sumatera Barat merupakan organisasi milik pemerintah yang memiliki tanggung jawab untuk menciptakan tata kelola kehumasan yang baik sebagai bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik yang dilakukan antara lain melalui peningkatan kapasitas dan kompetensi SDM, penguatan struktur dan infrastruktur, serta sistem dan prosedur. Adapun fungsi humas (*public relations*) pemerintah menurut

Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (2011: 13) adalah sebagai berikut.

- a. Membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif instansi pemerintah dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan instansi;
- b. Menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis;
- c. Menjadi penghubung instansi dengan publiknya;
- d. Melaksanakan fungsi manajemen komunikasi yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam pengelolaan informasi.

Adapun bagian-bagian dari fungsi *public relations* mencakup hubungan internal, publisitas, *advertising*, *press agency*, *public affair*, *lobbying*, manajemen isu, hubungan investor, dan pengembangan (Cutlip dkk, 2016: 11-27). Namun, Morissan (2014:14) berpendapat bahwa ada beberapa bagian dari fungsi *public relations* yang dapat dipadatkan yaitu iklan merupakan bagian dari pemasaran dan *press agency* merupakan bagian dari publisitas.

3. Peran *Public Relations*

Secara umum, peran utama *public relations* disampaikan oleh Saputra (2011: 50) adalah sebagai *communicator*, membangun *relationship* yang positif, *back up management*, dan *corporate image*. Dalam menjalankan peran *public relations* tidak dipungkiri kualitas dan kuantitas sumber daya manusia sangat diperlukan, baik mereka yang menduduki posisi strategis maupun yang menduduki posisi teknis/operasional. Peran tersebut tidak dapat dijalankan dengan

baik tanpa adanya komunikasi yang efektif dengan berbagai pihak.

Wibowo (2016: 46-47) menyampaikan bahwa peran praktisi *public relations* adalah sebagai teknisi komunikasi, *expert prescriber*, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah. Untuk menjalankan peran sebagai teknisi komunikasi diperlukan keahlian komunikasi dan jurnalistik yang akan digunakan dalam menjalankan pekerjaannya antara lain menulis, mengedit, menangani kontak media, dan mengembangkan isi *website*. *Expert prescriber* menjalankan peran mendefinisikan problem, mengembangkan program, dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya.

Selain itu, praktisi *public relations* dituntut untuk:

- a. Memahami jenis-jenis publik yang spesifik dan memiliki kaitan kuat dengan berbagai isu yang ingin diangkat oleh organisasi dalam program komunikasinya;
- b. Menjalankan fungsi *bridging* dengan mengakomodasi kepentingan publik dalam program kerja organisasi agar tercipta hubungan saling menguntungkan (Grunig, 2011:16-18). Perencanaan yang baik akan menghindarkan pemborosan waktu, biaya, tenaga untuk membangun komunikasi dengan pihak yang tidak signifikan (Grunig, 2011: 5).

Agar *public relations* berjalan dengan baik maka pelaksanaan komunikasi (Smith, 2013:15-17) dapat dikelompokkan dalam 4 jenis tahapan yang harus dilalui yaitu:

- a. Tahap *formative research* (analisis situasi, analisis organisasi, analisis publik)
- b. Tahap strategi (*establishing goals & objectives*, formulasi strategi aksi dan

- respon, membangun strategi pesan);
- c. Tahap taktik (seleksi taktik komunikasi dan implementasi rencana strategis) Langkah seleksi taktik komunikasi dilakukan untuk memilih atau mengkombinasikan sarana komunikasi yang paling sesuai (antara lain tatap muka, media internal organisasi, new media, media iklan) untuk diterapkan pada setiap program kerja;
 - d. Tahap *evaluative research* (evaluasi rencana strategis) yang meliputi *judgmental assessment, communication output, awareness objectives, acceptance objectives, dan action objectives*.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 22 sd 26 Juli 2019 di LPP TVRI Sumatera Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menekankan kedekatan dengan data, partisipasi, dan pengalaman. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Data yang diperoleh melalui wawancara tentang implementasi fungsi *public relations* meliputi pengetahuan/pendapat/tanggapan/sikap/keterampilan informan berkenaan dengan fokus penelitian; pengalaman yang dialami informan (subjek penelitian) selama bekerja; masalah-masalah yang sedang dihadapi/ dirasakan informan. Wawancara untuk memperoleh informasi (data) mengenai implementasi fungsi *public relations* dilakukan dengan Kepala Stasiun TVRI Sumatera Barat, Sekretaris Kepala Stasiun TVRI Sumatera Barat, Kepala Seksi Program dan Pengembangan Usaha, Kepala Subseksi Pengembangan dan Usaha, dan pengelola teknologi informasi dan komunikasi/ *website* yang terkait dengan implementasi fungsi *public relations* LPP TVRI Sumatera Barat.

Selain wawancara, pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi. Observasi dilakukan secara langsung melalui pengamatan penuh (observasi non partisipan). Peneliti mengamati ruang dalam aspek fisik (benda-benda yang terdapat di tempat itu), orang-orang yang terlibat, kegiatan/perbuatan/tindakan tertentu/rangkaian aktivitas/urutan kegiatan terkait dengan implementasi fungsi *public relations* di LPP TVRI Sumatera Barat.

Pengumpulan data juga dilakukan melalui metode dokumentasi. Metode ini digunakan untuk memperoleh data/informasi/dokumen tertulis/foto-foto/rekaman audio/video/laman-laman *website*/pesan-pesan teks dalam media *online*/arsip/laporan tentang program/aktivitas/produk yang terkait dengan implementasi fungsi *public relations* di LPP TVRI Sumatera Barat.

Data yang telah terkumpul dianalisis dengan pendekatan kualitatif seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Idrus, 2009: 150-151) yang terdiri dari tiga hal utama yaitu reduksi data, *display* data, dan verifikasi dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, validitas atau keabsahan data diperiksa dengan metode triangulasi. Triangulasi menurut Patton (dalam Moleong, 2011: 178-17) dibagi menjadi 4 yaitu: triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi peneliti, dan triangulasi teori. Dalam penelitian ini, untuk menjamin keabsahan data digunakan triangulasi sumber. Hal ini dilakukan karena pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan data pendukung yang dilakukan terhadap pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Melalui teknik ini, peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informan sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan. Langkah

yang dilakukan yakni dengan membandingkan hasil wawancara, hasil observasi dengan isi dokumen yang berlainan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat dilihat suatu fenomena dari berbagai perspektif dan mengurangi bias yang mungkin terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil LPP TVRI Sumatera Barat

TVRI Sumatera Barat dengan cikal bakal tiga stasiun transmisi yakni Transmisi Padang, Bukit Gompong, dan Pandai Sikek. Pada tahun 1982 berdiri Stasiun Produksi Keliling (SPK), dengan jumlah karyawan 14 orang yang berasal dari daerah itu sendiri, dan ditambah dengan mutasi dari stasiun lain. Stasiun produksi keliling hanya membuat paket-paket siaran yang dikirim ke Stasiun Pusat Jakarta untuk disiarkan. Paket tersebut merupakan paket berita, paket hiburan, dan paket wisata.

TVRI Sumatra Barat terletak di Jalan Raya By pass KM 16 Koto Panjang, Padang, diresmikan sebagai Stasiun Penyiaran pada 19 April 1997 oleh Menteri Penerangan RI, Harmoko. TVRI Sumatera Barat mengudara secara konsisten selama 4 jam setiap harinya. Sejak 1 Januari 2005, TVRI Sumatera Barat dinaikkan statusnya dari stasiun penyiaran kelas C menjadi kelas B. Selama berdirinya Stasiun Produksi Keliling sampai dengan terbentuknya Lembaga Penyiaran Publik, dari kurun waktu tahun 1982 sampai sekarang TVRI Stasiun Sumatera Barat telah dipimpin oleh 14 orang Kepala Stasiun.

Visi TVRI Sumatera Barat adalah "Terwujudnya TVRI Sumatera Barat sebagai Media Utama Penggerak Pemersatu Bangsa". Misinya adalah:

- a. Menyelenggarakan siaran yang menghibur, mendidik, informatif secara netral, berimbang, sehat dan beretika untuk membangun budaya bangsa dan mengembangkan persamaan dalam beragama;
- b. Menyelenggarakan layanan siaran multiplatform yang berkualitas dan berdaya saing;
- c. Menyelenggarakan tata kelola lembaga yang modern, transparan dan akuntabel; Menyelenggarakan pengembangan usaha yang sejalan dengan tugas pelayanan publik;
- d. Menyelenggarakan pengelolaan sumberdaya proaktif dan andal guna meningkatkan pelayanan dan kesejahteraan pegawai. Selain itu, TVRI Sumatera Barat memiliki slogan "*Punyo Awak Basamo*".

Organisasi LPP TVRI Sumatera Barat dipimpin oleh Kepala Stasiun yang membawahi Kepala Seksi Program dan Pengembangan Usaha; Kepala Seksi Berita; Kepala Seksi Teknik; Kepala Subbagian Keuangan dan Kepala Subbagian Umum. Kepala Seksi Program dan Pengembangan Usaha membawahi Kepala Subseksi Program dan Kepala Subseksi Pengembangan dan Usaha. Kepala Seksi Teknik membawahi Kepala Subseksi Teknik Produksi dan Penyiaran, Kepala Subseksi Teknik Transmisi, Kepala Subseksi Fasilitasi Transmisi. Adapun struktur organisasi LPP TVRI Sumatera Barat adalah sebagai berikut (TVRI Sumatera Barat, 2017).



Gambar 1. Struktur Organisasi LPP TVRI Sumatera Barat

2. Implementasi Fungsi-Fungsi *Public Relations*

a. Pembentukan, peningkatan, pemeliharaan citra dan reputasi positif

Dalam rapat pimpinan dengan para pejabat struktural, pejabat fungsional, dan para pelaksana/staf disampaikan oleh pimpinan organisasi untuk selalu membentuk, meningkatkan, dan memelihara citra dan reputasi positif LPP TVRI Sumatera Barat takkala menjalankan tugas-tugas mereka terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung/tidak langsung dengan publik/masyarakat/ *stakeholder*/mitra kerja. Pemeliharaan citra dan reputasi positif dilakukan melalui beberapa kegiatan yaitu:

- 1) Melakukan *re-branding* TVRI 2019 atas perubahan logo dalam bentuk yang baru melalui pertemuan dengan komunitas TVRI dan atraksi antara lain terjun payung;
- 2) Meningkatkan motivasi dan keyakinan kepada para anggota organisasi untuk berkinerja maksimal agar pihak luar dapat mengetahui hasil kinerja tersebut;
- 3) Meningkatkan penyediaan informasi tentang program dan kegiatan yang

dilakukan oleh TVRI Sumatera Barat melalui *website*;

- 4) Meningkatkan komunikasi dengan publik/*stakeholder*/mitra kerja sama tentang beragam konten program siaran yang dibutuhkan oleh mereka;
- 5) Penyampaian perintah pimpinan untuk segera merespons keluhan/saran/kritik/masukan dari masyarakat/publik/mitra kerja terkait dengan siaran dan hal lainnya;
- 6) Memasang *banner*/spanduk untuk menyosialisasikan kebijakan/informasi kepada publik internal dan eksternal.

LPP TVRI Sumatera Barat telah membentuk, meningkatkan, memelihara citra instansi. Citra yang telah dibentuk dan dipelihara meliputi citra bayangan yang melekat pada diri pimpinan organisasi yang memiliki anggapan bahwa pihak luar menilai positif terhadap TVRI Sumatera Barat. Selain itu, pihak manajemen juga menginginkan citra yang terbentuk mampu merepresentasikan visi TVRI Sumatera Barat sebagai media utama penggerak pemersatu bangsa. Namun, pembentukan citra dan reputasi positif belum dilakukan secara maksimal. Beberapa kendala untuk membentuk citra dan repu-

tasi positif tersebut adalah terbatasnya anggaran, terbatasnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia, dan terbatasnya infrastruktur siaran. Kendala tersebut tidak mudah diatasi tanpa melibatkan kebijakan pimpinan TVRI Sumatera Barat dan pimpinan pusat.

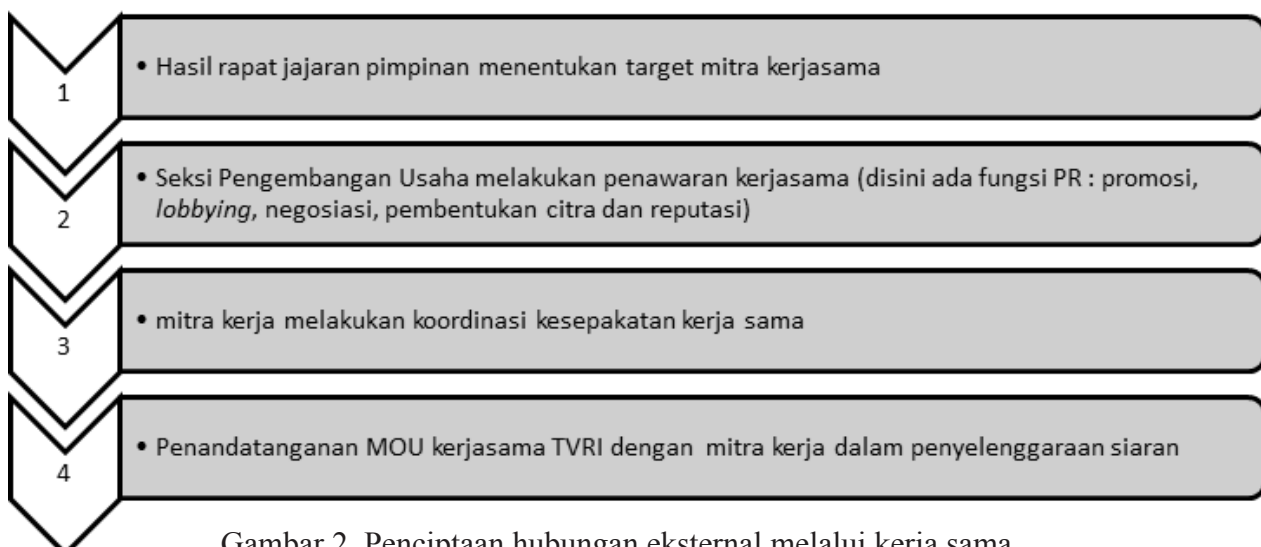
b. Penciptaan iklim hubungan internal dan eksternal

LPP TVRI Sumatera Barat tidak memiliki struktur organisasi yang mewadahi atau memiliki divisi/subbidang *public relations* namun fungsi *public relations* khususnya dalam hal menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis telah dilakukan oleh beberapa seksi atau subbagian.

Hubungan internal di LPP TVRI Sumatera Barat dikelola oleh Subbagian Umum khususnya pengelola kepegawaian yang menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam meningkatkan kinerja organisasi. Selain itu, secara periodik, Kepala Stasiun memimpin pertemuan seluruh anggota organisasi untuk membangun hubungan internal secara lebih baik agar terbangun saling percaya diantara anggota organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

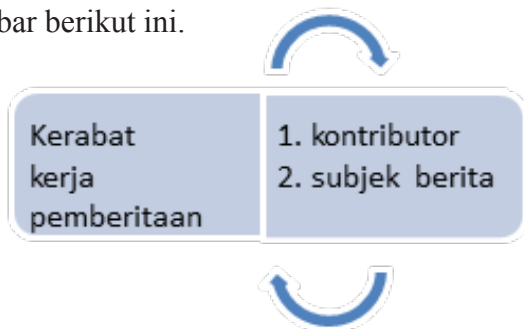
Hubungan eksternal dikelola oleh beberapa Seksi yang berinteraksi langsung/tidak langsung dengan publik/*stakeholder*/mitra kerja/masyarakat yaitu Seksi Program dan Pengembangan Usaha, Seksi Berita, Seksi Teknik, serta Tim TI dan *Website*.

Dalam hal hubungan eksternal, beberapa seksi memiliki intensitas hubungan eksternal sesuai dengan deskripsi tugas mereka. Seksi Program dan Pengembangan Usaha melakukan hubungan eksternal dalam rangka *advertising* (promosi), *lobbying*, negosiasi dengan pihak luar/mitra kerja untuk menjalin kerja sama dengan TVRI Sumatera Barat dalam hal kerja sama siaran. Dalam hal ini, Seksi Pengembangan Usaha mendatangi kantor-kantor baik pemerintah maupun swasta untuk menawarkan kerjasama baik dalam bentuk siaran ataupun iklan. Dalam hal ini, Kepala Seksi Pengembangan Usaha membentuk jejaring untuk membangun kepercayaan dengan berbagai pihak sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas siaran. Berikut ini adalah alur terbentuknya kerjasama antara TVRI dengan mitra kerja.



Gambar 2. Penciptaan hubungan eksternal melalui kerja sama

Seksi Berita melakukan hubungan eksternal dalam rangka memproduksi program berita yaitu Kabarami, Sumatera Barat Hari Ini, dan Paduli Basamoserta menjalin hubungan dengan kontributor berita. Kualitas siaran berita ditentukan antara lain oleh kompetensi komunikasi/ melakukan hubungan komunikasi dengan berbagai pihak untuk mewujudkan siaran berita yang berkualitas. Dalam hal ini penciptaan hubungan eksternal sangat penting untuk memperoleh berita yang akurat, baik dilakukan secara langsung oleh Kerabat kerja Pemberitaan maupun oleh kontributor seperti terlihat pada gambar berikut ini.



Gambar 3. Penciptaan hubungan eksternal melalui komunikasi interaktif

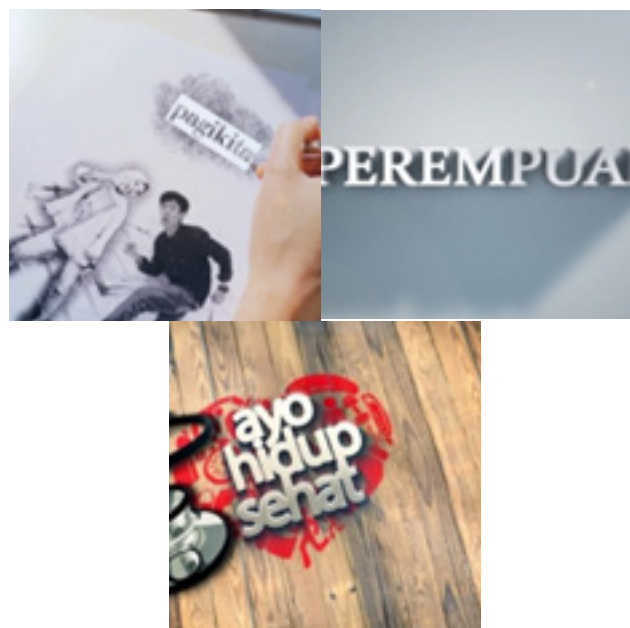


Gambar 4. Promosi siaran berita di *website* TVRI Sumatera Barat

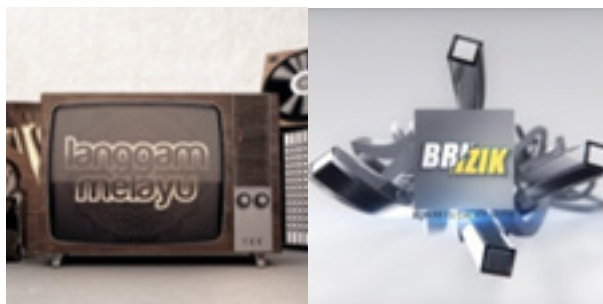
Kepala Subseksi Teknik Produksi dan Penyiaran melakukan hubungan eksternal dengan berbagai pihak termasuk komunitas/masyarakat untuk memproduksi beragam siaran seperti tampilan gambar berikut yang ditampilkan di *website* TVRI Sumatera Barat.



Gambar 5. Promosi siaran budaya di *website* TVRI Sumatera Barat



Gambar 6. Promosi siaran life di *website* TVRI Sumatera Barat



Gambar 7. Promosi siaran *entertainment* di *website* TVRI Sumatera Barat



Gambar 8. Promosi siaran anak di *website* TVRI Sumatera Barat

Seksi Teknik melakukan hubungan eksternal dengan berbagai pihak yang terkait dengan pengadaan, pemeliharaan peralatan teknik pendukung siaran, dalam hal ini dibutuhkan kemampuan *lobbying*, negosiasi, dan kerjasama yang baik demi kelancaran operasional teknik penyiaran. Selain itu, pengelola/admin *website* melakukan hubungan eksternal dengan publik melalui media sosial (*email*, *twitter*, *facebook*). Hubungan eksternal ini dikhususkan untuk merespons keinginan/kebutuhan publik terkait dengan konten/kualitas siaran.

Dalam hal hubungan eksternal, TVRI Sumatera Barat melaksanakan kegiatan komunikasi kepada publik, yang mana hal ini membutuhkan kemampuan pelaksananya. Para pelaksana perlu memahami publik dalam berbagai perilakunya. Dengan adanya pemahaman yang baik

maka TVRI Sumatera Barat akan mampu melaksanakan kegiatan komunikasi secara efektif dan efisien sehingga dapat membangun kepuasan publik.

Hubungan eksternal ini bertujuan untuk mewujudkan siaran yang berkualitas sesuai dengan peraturan/perundang-undangan penyiaran/pedoman perilaku penyiaran, serta visi dan misi TVRI Sumatera Barat. Hubungan eksternal merupakan pertukaran ide, gagasan, masukan, informasi, dan kritik yang memiliki tujuan tertentu sehingga konten pesan tersebut dapat dipahami kedua belah pihak. Hubungan eksternal dilakukan secara formal dan informal. Hal ini diharapkan akan dapat menggali informasi yang lebih mendalam sehingga dapat direspon oleh institusi secara tepat.

Penciptaan hubungan internal yang kondusif dan dinamis di TVRI Sumatera Barat belum maksimal karena beberapa kendala yaitu tidak tersedia alat koneksi komunikasi (fasilitas telepon) antar ruang kerja di lingkungan TVRI Sumatera Barat. Dalam hal-hal tertentu, komunikasi para pegawai melalui *handphone* dan grup WA yang dibuat oleh setiap seksi/subbagian dipandang menguntungkan karena para pelaksana khususnya pada bagian produksi siaran memiliki jenis tugas kerja dengan mobilitas yang tinggi.

Iklim hubungan internal yang kondusif telah terbentuk di TVRI Sumatera Barat. Para pegawai pada setiap seksi/ subbagian telah menggunakan media komunikasi melalui *whatsapp* dan telepon untuk melakukan hubungan komunikasi antar mereka baik untuk kepentingan pekerjaan

maupun untuk kepentingan penunjang pekerjaan. Adanya kesadaran para pegawai untuk melakukan komunikasi timbal balik mengingat pentingnya tugas utama TVRI dalam memproduksi program-program siarannya. Hubungan internal tersebut dapat membantu meningkatkan kualitas produksi siaran yang memerlukan komitmen dan kerja sama yang solid antar kerabat kerja untuk menghasilkan program siaran yang dapat memenuhi harapan publik. Para pegawai telah menjalankan relasi intensif untuk mewujudkan produk-produk siaran yang setiap harinya ditayangkan selama empat jam.

Bila dilihat dari faktor gaji yang hingga sampai saat ini TVRI Sumatera Barat belum menerima tunjangan kinerja maka perlu semangat, motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi dalam mewujudkan program siaran yang menarik untuk ditonton. Penerimaan gaji yang relatif belum sesuai dengan besarnya kebutuhan jelas akan mempengaruhi kualitas hubungan yang berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Keterbatasan ekonomi ini memberikan konsekuensi terhadap intensitas hubungan internal. Mereka akan cenderung menghemat waktu untuk tidak melakukan pemborosan komunikasi yang dipandang tidak penting. Hubungan antar atasan dan bawahan terjalin dengan baik melalui adanya rapat seluruh jajaran yang dilaksanakan sekali setiap minggu pada jam kerja. Hal ini berarti komunikasi arus ke bawah, komunikasi arus ke atas dan komunikasi sejajar antar pegawai dapat dilaksanakan.

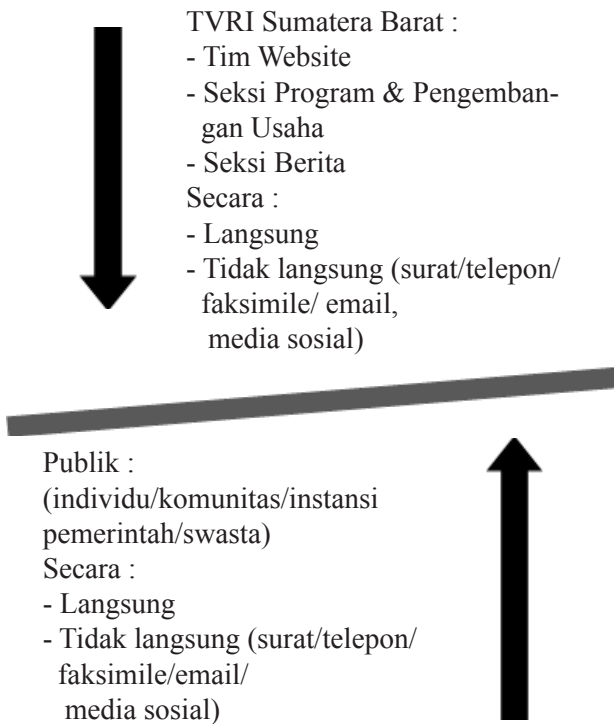
Hubungan internal atau komunikasi timbal balik akan menjadi sarana penting

yang mendukung organisasi; untuk mengurangi kesalahpahaman antar pegawai; sebagai saluran dalam upaya pimpinan menjelaskan tentang kebijakan yang akan ditetapkan dan peraturan-peraturan yang perlu terus dipahami dan dijalankan; serta dapat menampung sumbang saran dan informasi serta penyusunan laporan kinerja. Adanya hubungan internal yang kondusif akan dapat meningkatkan motivasi kerja pegawai untuk lebih berprestasi. Selain itu, penghargaan pimpinan kepada para pegawai yang telah memberikan kontribusi yang baik dan memperoleh prestasi atas karya-karya produksinya diharapkan akan mempengaruhi iklim lingkungan kerja menjadi lebih kondusif.

c. Penghubung instansi dengan publik

TVRI Sumatera Barat memiliki interaksi yang dinamis baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk keberlangsungan organisasi sesuai dengan tujuan utamanya yaitu memproduksi program siaran, pimpinan TVRI memberikan tugas kepada Seksi Program dan Pengembangan Usaha dan Tim Teknologi Informasi dan *Website* sebagai penghubung instansi dengan publiknya. Keduanya mengakomodasi harapan/ keinginan/ saran/ kritik publik terhadap pelaksanaan kinerja TVRI yang teraktualisasi melalui program-program siarannya. Hubungan dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui surat, telepon, faksimile, email, dan media sosial.

Penghubung antara TVRI Sumatera Barat dengan publik dilakukan oleh beberapa Seksi dan Tim *Website* seperti gambar berikut ini.



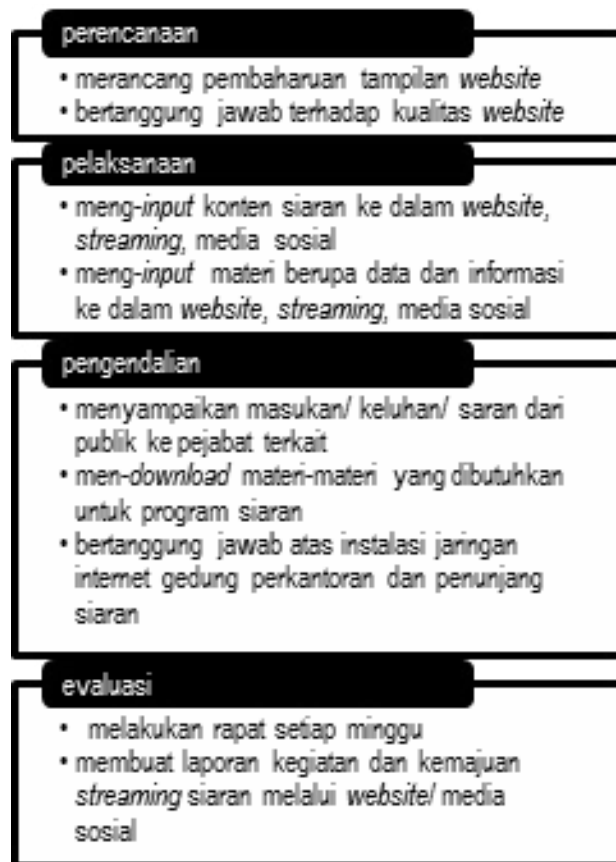
Gambar 9. Penghubung TVRI dengan Publik

Hubungan dengan publik dilaksanakan oleh TVRI Sumatera Barat melalui Tim *Website* dan Seksi Program dan Pengembangan Usaha. Tim *Website* yang ditetapkan melalui Keputusan Kepala Stasiun melakukan aktivitas komunikasi, publikasi, manajemen isu, pemberitaan, menginformasikan dan membangun citra. Sedangkan Seksi Program dan Pengembangan Usaha melakukan aktivitas komunikasi, acara-acara (*event*), lobi, negosiasi, dan bentuk lainnya sesuai dengan tujuan organisasi.

Sebagai penghubung instansi dengan publik, TVRI Sumatera Barat diharapkan secara konsisten memperhatikan kode etik hubungan dengan publik antara lain memelihara reputasi yang baik, membangun dan memelihara kepercayaan, menghormati kepentingan publik, bekerja sama secara sungguh-sungguh, menunjukkan kesetiaan kepada organisasi, tidak menginformasikan keterangan palsu/menyesatkan, dan bersikap adil dan jujur.

d. Pengelolaan Infomasi

Pengelolaan informasi pada *website* TVRI Stasiun Sumatera meliputi merancang pembaharuan tampilan *website* dan bertanggung jawab terhadap kualitas *website*; meng-*input* konten siaran dan materi-materi berupa data dan informasi TVRI Stasiun Sumatera Barat ke dalam *website*, *streaming*, dan media sosial secara periodik; menyelenggarakan penyelenggaraan siaran digital; men-*download* materi-materi yang dibutuhkan untuk program siaran; bertanggung jawab atas instalasi jaringan internet gedung perkantoran dan penunjang siaran; membuat laporan kegiatan TI dan kemajuan *streaming* siaran melalui *website/* media sosial resmi TVRI Sumatera Barat. Pengelolaan informasi dapat digambarkan sebagai berikut.

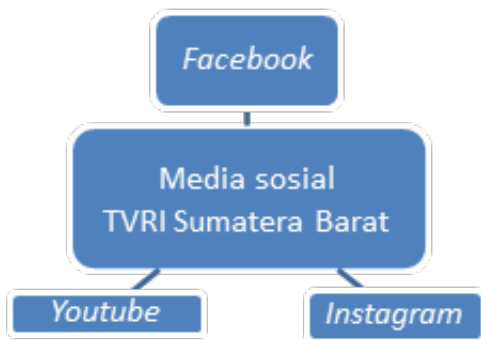


Gambar 10. Pengelolaan informasi internal *website* TVRI Sumatera Barat

Pengelolaan informasi secara eksternal dapat digambarkan sebagai berikut.

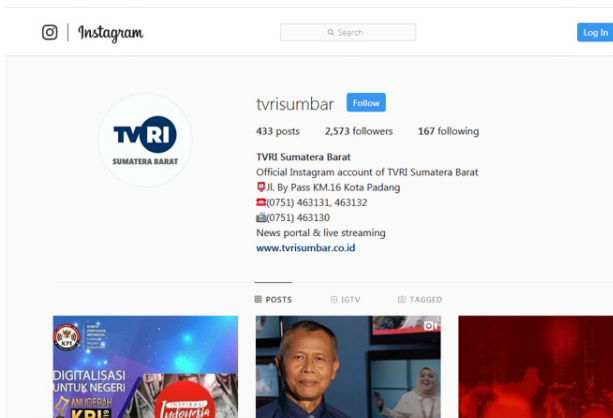


Gambar 11. Pengelolaan informasi eksternal *website* TVRI Sumatera Barat



Gambar 12. Pengelolaan media sosial TVRI Sumatera Barat

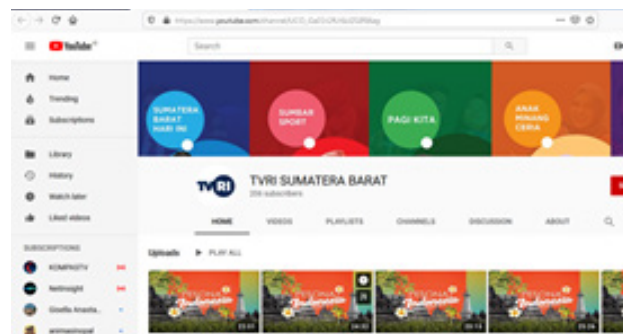
Pengelolaan informasi melalui media sosial dilakukan dalam rangka membangun reputasi dan kepercayaan kepada publik. Berbagai komentar publik sebagian besar positif dan sebagian kecil negatif.



Gambar 13. Tampilan *instagram* TVRI Sumatera Barat



Gambar 14. Tampilan *facebook* TVRI Sumatera Barat



Gambar 15. Tampilan *youtube* TVRI Sumatera Barat

Pengelolaan informasi oleh TVRI Sumatera Barat kepada publik (masyarakat) telah dikelola dengan baik meskipun ada beberapa kendala. Kendala yang dihadapi dalam hal pengelolaan informasi adalah terbatasnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia, terbatasnya koordinasi antar bidang, dan lambannya disposisi pimpinan terkait dengan hal tersebut. Selama ini, pelaksanaan penyampaian informasi (*upload*) dalam bentuk tulis, audio, audio visual dibantu oleh mereka (mahasiswa, siswa-siswa SMK) yang melaksanakan magang (kerja praktek) di bagian *website* TVRI Sumatera Barat. Kondisi ini menyebabkan respons dari publik melalui email dan media sosial tidak segera dapat ditindaklanjuti. Terbatasnya komunikasi timbal balik antara TVRI dengan publiknya kadang-kadang mengganggu kinerja Tim *Website* dalam menjalankan tugasnya.

Konten informasi di *website* juga menginformasikan tarif jasa tayang dan jasa produksi TVRI Sumatera Barat yang diperuntukkan bagi mitra/ *stakeholder*/ instansi eksternal yang bermaksud akan melakukan kerjasama dalam siaran dengan TVRI Sumatera Barat.

Pada laman *facebook*, terjadi interaksi antar pegawai TVRI Sumatera Barat takkala memperoleh penghargaan sebagai Pemenang Program Peduli Disabilitas Episode *Man Jadda Wa Jadda* pada tahun 2019. Salah satu contohnya adalah ketika TVRI membuat pernyataan “Upaya keras berkarya yg terbaik untuk meng”*Inspirasi Indonesia*” hari ini terbayar sudah. “MAN JADDAWAJADA, Selamat untuk semua crew. You did very good”. Kemudian direspon oleh Kepala Seksi Program dan Pengembangan Usaha dengan pernyataan “Selamat kepada semua crew semoga tahun depan dapat menghasilkan karya terbaik lagi”. Media sosial *instagram* dan *facebook* berfungsi sebagai media informasi dan komunikasi antar pegawai, juga antara TVRI dengan komunitas.

Pengelolaan informasi melalui *website* TVRI Sumatera Barat sebagai upaya yang merupakan keniscayaan karena saat ini berada dalam lingkungan masyarakat informasi. Informasi telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat.

Pengelolaan informasi yang disediakan oleh *website* TVRI Sumatera Barat secara umum terdiri dari penyelenggaraan siaran (*streaming*) dan informasi lainnya. Hal ini merupakan implikasi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi terhadap dunia penyiaran baik lokal, nasional, maupun internasional.

Konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi yang diimplementasikan melalui *website* TVRI Sumatera Barat memberikan dampak keluasan komunitas yang tidak hanya terbatas pada wilayah jangkauan daya pancar stasiun namun juga telah dapat dinikmati oleh komunitas di seluruh dunia yang memiliki minat terhadap konten siaran TVRI Sumatera Barat. Informasi yang menyebar luas melalui *website* TVRI Sumatera Barat juga akan meningkatkan literasi untuk meningkatkan sikap kritis masyarakat. Dengan demikian, *website* TVRI Sumatera Barat selain berfungsi sebagai media informasi, juga berfungsi sebagai media pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat sosial.

Pengelolaan informasi dilakukan oleh Tim *Website* yang masih memiliki keterbatasan dalam beberapa hal yaitu terbatasnya kuantitas dan kualitas SDM sehingga mempengaruhi konten informasi dan ketepatan waktu pendistribusian informasi. Selain itu, peningkatan kualitas sarana dan prasarana untuk mendukung pengelolaan informasi perlu dilakukan. Dalam hal ini, perlu adanya kebijakan pimpinan untuk segera melakukan tindakan dalam upaya mengatasi keterbatasan tersebut.

Pengelolaan informasi yang baik akan dapat membangun citra dan reputasi positif, publik akan memiliki kesan, perasaan, gambaran, kepercayaan terhadap TVRI Sumatera Barat. Pengelolaan informasi yang baik akan memberikan manfaat bagi organisasi antara lain terbentuknya citra yang baik dan kuat sehingga identitas organisasi tidak mudah ditiru, akan lebih mudah mendapatkan dukungan dan maaf dari masyarakat atas

kesalahannya bila mengalami masalah/krisis, menjadi daya tarik bagi instansi lain, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, dan penghematan biaya operasional. Hal ini akan menjadi motivasi/ pendorong bagi para pegawai untuk meningkatkan kualitas/kreativitas siarannya.

LPP TVRI Sumatera Barat sebagai organisasi pemerintah telah memiliki struktur organisasi untuk mewujudkan tujuan, misi, dan visinya sebagai Lembaga Penyiaran Publik. Struktur organisasi tersebut telah berjalan sesuai dengan fungsinya dan didukung adanya job description para pejabat struktural, pejabat fungsional, dan staf sehingga organisasi tersebut berjalan. Sumber daya manusia sebagai penggerak utama organisasi merupakan pegawai yang berstatus PNS dan non PNS. Mereka jelas mempengaruhi kinerja organisasi yang mempengaruhi kualitas siaran yang telah diproduksi baik di dalam studio maupun di luar studio. Tindakan kerja mereka ditentukan oleh job description yang merupakan kontrak kerja/ kesepakatan kerja antara pegawai dengan atasan/pimpinannya.

Dalam realitasnya, ada fungsi yang seharusnya diwadahi dalam suatu struktur organisasi namun LPP TVRI Sumatera Barat tidak memiliki hal tersebut yaitu bagian struktur organisasi yang menangani khusus bidang *public relations* (humas). Kondisi ini disikapi oleh pimpinan organisasi dengan adanya kebijakan bahwa beberapa seksi/subbagian yang memiliki keterkaitan erat dengan publik perlu menjalankan fungsi *public relations* yaitu Seksi Program dan Pengembangan Usaha, Seksi Berita, dan Subbagian Umum serta dibentuk tim pengelola teknologi informasi dan website TVRI Sumatera Barat.

Pandangan organisasi sebagai suatu sistem merupakan pandangan yang paling populer dan paling normal. Organisasi sebagai sebuah sistem terdiri dari subsistem-subsistem yang saling berhubungan dan saling memengaruhi sehingga jika ada perubahan dalam suatu subsistem maka perubahan itu akan berdampak pada subsistem lainnya. Dengan demikian, maka komunikasi merupakan faktor penting dalam menjalankan suatu organisasi. Tidak ada organisasi yang dapat berjalan tanpa komunikasi. Hal ini memberikan konsekuensi bahwa diperlukan kemampuan para anggota organisasi dalam berkomunikasi dan kemauan untuk bekerja sama mencapai tujuan suatu organisasi.

Demikian pula, dalam suatu organisasi perlu adanya fungsi *public relations* yang meliputi membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif instansi pemerintah dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan instansi; menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis; menjadi penghubung instansi dengan publiknya; dan melaksanakan fungsi manajemen komunikasi yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam pengelolaan informasi (Permenpan dan RB, 2011: 13). Fungsi-fungsi tersebut telah dijalankan oleh LPP TVRI Sumatera Barat meskipun belum maksimal.

SIMPULAN

Dari paparan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa fungsi-fungsi *public relations* di LPP TVRI Sumatera Barat telah diimplementasikan yang meliputi :

1. Membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif instansi pemerintah dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan instansi;
2. Menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis;
3. Menjadi penghubung instansi dengan publiknya;
4. Melaksanakan fungsi manajemen komunikasi yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam pengelolaan informasi.

Namun, implementasi fungsi-fungsi *public relations* tersebut belum maksimal. Beberapa faktor penyebabnya adalah sebagai berikut.

1. Belum dibentuk wadah formal dalam struktur organisasi TVRI Sumatera Barat yang memiliki deskripsi tugas khusus dalam bidang *public relations*, sementara ini fungsi *public relations* melekat pada beberapa seksi/subbagian dan tim yang dibentuk oleh pimpinan yang mana mereka memiliki tugas utama sesuai dengan bidang kerjanya.
2. Belum adanya jabatan fungsional pranata humas yang memiliki tugas fungsional menjalankan kehumasan dalam suatu organisasi.
3. Belum adanya kebijakan/perhatian/pandangan pimpinan/direksi pusat tentang urgensi fungsi *public relations* dalam suatu organisasi LPP yang berada di daerah.

SARAN

Beberapa saran untuk mengatasi faktor penyebab tersebut adalah,

1. Kepala TVRI Sumatera Barat mengajukan permohonan ke Dewan Direksi Pusat TVRI / yang memiliki wewenang terkait perubahan/penambahan struktur organisasi agar dapat dibentuk wadah formal dalam struktur organisasi TVRI Sumatera Barat

yang memiliki deskripsi tugas khusus dalam bidang *public relations*.

2. Kepala TVRI Sumatera Barat mengajukan permohonan formasi jabatan fungsional Pranata Humas ke Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai lembaga induk TVRI khususnya bidang SDM. Keberadaan pejabat fungsional pranata humas diharapkan dapat meningkatkan pelaksanaan tugas-tugas kehumasan di TVRI Sumatera Barat.
3. Mengingat belum adanya kebijakan direksi pusat tentang urgensi fungsi *public relations* dalam suatu organisasi LPP yang berada di daerah maka Kepala LPP TVRI Sumatera Barat seyogyanya menggerakkan seluruh anggota organisasi untuk secara fungsional mengoptimalkan fungsi-fungsi *public relations* terkait dengan bidang tugasnya masing-masing melalui peningkatan kompetensi pegawai dalam bidang *public relations* antara lain kemampuan menghadapi masalah; keinginan untuk terus belajar; kepercayaan diri; kreativitas, inovasi, dan adaptif terhadap berbagai perubahan. Selain itu, peningkatan kompetensi pegawai dalam hal menyiapkan rancangan program komunikasi, melakukan audit komunikasi, menganalisis isu publik, menyiapkan konten media, mengorganisasikan acara, mengelola situs web dan media sosial sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan informasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Gassing, Syarifuddin & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi
- Grunig, J.E. (2011). *Public Relations and Strategic Management: Institutionalizing Organization-Public Relationship in Contemporary Society*. Central European Journal of Communication 1 ISSN 189-5101. Afindo Persada.

- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga
- LPP TVRI Sumatera Barat. (2017). *Website Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumatera Barat*. Tersip dalam <http://tvrisumbar.co.id/profil/organisasi>.
- Mayyasya, Fiihaa. (2018). *The Implementation of Public Relations Functions In Komunitas Bule Mengajar. Tugas Akhir*. Yogyakarta: Program Diploma III Bahasa Inggris Universitas Gadjah Mada.
- Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI. (2011). *Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah*. Jakarta.
- Moleong, Lexy, J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. (2014). *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana
- Muliawati, Lintang. (2017). *Fungsi Public Relations dan Pengembangan Fasilitas Publik (Studi Kasus Implementasi Fungsi Kehumasan Terhadap Masyarakat Terdampak Pada Pembangunan New Yogyakarta International Airport di Kulon Progo Tahun 2016-2017. Tesis*. Yogyakarta : Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unioversitas Gadjah Mada.
- Putra, I Gusti Ngurah & Widodo A. Setianto. (2014). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Saputra W, Nasrullah R. (2011). *Public Relations 2.0*. Depok: Gramata Publishing.
- Siregar, Faisal & Ulil Amri Abdi. (2019). *Kota Padang Pemenang Public Relations Indonesia Awards (PRIA) 2019 Kategori Kota Terpopuler di Media Juga Bronze Winner Kategori Media Sosial*. Tersip dalam <http://maklumatnews.net/kota-padang-pemenang-public-relations-indonesia-awards-pria-2019-kategori-kota-terpopuler-di-media-juga-bronze-winner-kategori-media-sosial/>. Diakses pada 11 Juni 2019.
- Smith, Ronald, D. (2013). *Strategic Planning for Public Relations*. NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Undang Undang RI Nomor 32 Tahun 2012 tentang Penyiaran. Jakarta: Deputi Sekretaris Kabinet Bidang Hukum dan Perundang-undangan
- Vardani, Nabila Kusuma. (2017). *Public Relations PT Telekomunikasi Indonesia Witel Yogyakarta (Studi Kasus Implementasi Fungsi Public Relations PT Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telekomunikasi Yogyakarta dalam Mengelola Pelanggan Indihome Tahun 2016. Tesis*. Yogyakarta: Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada.
- Wibowo, Lili Adi & Donni Juni Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Wibowo, Tri (Penerjemah). (2016). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenadamedia Group