
**PENGARUH KEGIATAN *EMPLOYEE RELATIONS* TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN
(Survei Pada Karyawan PT. Smailing Tour di Jakarta)**

Mailany Lestari¹

Email :lestarimeylani@gmail.com/081282528729

Doddy Wihardi, S.I.P, M.I.Kom²

Email: madedoddywihardi@yahoo.com/085710471484

ABSTRACT

In an organizational communication, the conducive employee relationship is indispensable due it develop a good relationship between leader and employee, employee and leader nor with an employees member it self. One of activities of employee relation is special event program. This research aim to find out how much employee relation activities influence to motivate PT Smailing Tour's employees performance. Using motivations work teory, this research using positivism paradigm, quantitative approach and survey metodh associative explanative in collecting data. Collecting technique obtainable by questionnaires and from the spread of proportioned stratified random sampling on 77 sample from 328 total employees on the end of 2016. From the result of data showing the calculation correlation between activities employee relations to motivation is 0,789. By determination experiment r^2 (r square) can be conculated that the influence of employee relations (variebl x to motivations work (variabel y) it's 62,2%, while the rest 37,8% Influenced by other factors, example like annual bonus, promotion, salary adjusment. After do the research, the result can be proved that H_0 received an H_0 rejected, it can be seem from significane as much as $0,000 < 0,005$, it means there isan influence employee relations (as variabel x) to motivate performance of PT. Smailing Tour's employees.

Keyword : Employee Relations, Motivation Work Employee, Public Relations.

¹Mailany Lestari, Peneliti

²Doddy Wihardi, S.I.P, M.I.Kom, Dosen Pembimbing

PENDAHULUAN

Dewasa ini pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata bergerak begitu cepat dan dinamis, persaingan antar perusahaan jasa pariwisata menjadi semakin ketat. Persaingan ini tidak dapat dihindarkan, karena setiap perusahaan berusaha menjadi yang paling unggul dalam bisnisnya. Perusahaan harus menyikapi hal ini dengan cepat, oleh karena itu, setiap karyawan selalu dituntut untuk dapat bekerja maksimal sesuai dengan tujuan perusahaannya agar dapat bertahan dan bersaing.

Pencapaian produktivitas itu bukan hanya merupakan hasil kerja keras dari pihak pekerjanya, tetapi juga berkaitan dengan hasil motivasi dan prestasi para pekerja yang bersedia untuk bekerja dengan penuh semangat, memiliki kebanggaan, berdisiplin tinggi, serta mampu mencapai standar kerja yang efisien dan efektif dalam hal pengeluaran tenaga, biaya, waktu dalam melayani pelanggan. Menurut Rosady Ruslan "keberhasilan pelaksanaan program kerja dalam membina bagian *employee relations* tersebut, akan menghasilkan kualitas teknis produk barang yang lebih baik atau dapat memberikan kepuasan terhadap pemakai barang atau jasa bagi pihak pelanggan dan peningkatan citra (Ruslan, 2003:253).

Membentuk motivasi kerja pada karyawan tentunya tidak mudah, oleh karena itu, manajemen harus mengetahui motif dan motivasi yang diinginkan karyawan. Orang yang mau bekerja adalah untuk dapat memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan yang disadari (*conscious needs*), maupun kebutuhan yang tidak disadari (*unconscious needs*), berbentuk materi atau non materi, kebutuhan fisik dan rohani.

Public Relations di dalam sebuah perusahaan penting untuk diperhatikan sebagai salah satu sarana untuk berkomunikasi antar pihak yang ada. Peranan *Public Relations* adalah menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal

maupun internal organisasi. Pihak eksternal organisasi adalah konsumen, pemegang saham, stakeholders dan lain-lain. Pihak internal organisasi adalah karyawan. Tugas pokok dari *Public Relations* adalah menjaga hubungan yang baik antara karyawan dan organisasi. *Public Relations* adalah sarana atau media bagi karyawan untuk mengeluarkan ide dan gagasan baru yang bisa membangun dan mengembangkan organisasi.

Kegiatan *Employee Relations* dewasa ini tidak hanya untuk meningkatkan hubungan atau produktivitas kerja semata, namun juga untuk dapat memberikan daya dorong/motivasi yang besar kepada karyawan untuk dapat lebih maju menaiki jenjang karier yang ada. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu atau kelompok untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motivasi kerja karyawan sangat memegang pengaruh yang penting bagi kemajuan organisasi, dimana organisasi akan mendapatkan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan.

PT. Smiling Tour juga memberikan motivasi kerja karyawannya dengan mengadakan acara family gathering setiap tahunnya yang biasa dilaksanakan diluar kantor atau yang biasa di sebut outing. Namun sejak 2 tahun terakhir belakangan acara tersebut tidak berjalan seperti biasanya. Perusahaan mengalihkan/mengganti kegiatan tersebut dengan berbagai macam training yang diberikan kepada setiap karyawan yang dilakukan secara bergantian setiap bulannya agar visi, misi dan tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai target yang telah ditetapkan.

Penerapan kegiatan training tersebut setiap 6 bulan sekali di evaluasi kembali oleh SDM atau HRD (*Human Resource Departement*) kinerja karyawan berupa evaluasi kinerja dilakukan lebih obyektif dan terukur, sehingga dapat mengurangi untuk subyektivitas yang

sering terjadi dalam proses penilaian kinerja karyawan. Pencapaian dari target ini dijadikan dasar untuk pemberian penghargaan terhadap karyawan dalam memotivasi karyawan bekerja lebih optimal untuk target yang ditetapkan oleh perusahaan. Motivasi kerja karyawan juga bias menurun dikarenakan ketidakpuasan karyawan dan ketidakpuasan dapat terlihat dari sejumlah perilaku negative, misalnya seperti berhenti atau keluar dari instansi perusahaan yang mengakibatkan menurunnya produktivitas kerja dan merugikan organisasi.

Motivasi merupakan faktor pemicu dari setiap tindakan karyawan dan merupakan kekuatan pendorong yang akan mewujudkan suatu perilaku guna mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Pimpinan dan perusahaan perlu memotivasi setiap karyawannya agar semangat dalam bekerja dan bekerja lebih baik.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk membahas penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Kegiatan *Employee Relations* terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Survei pada Karyawan PT. Smailing Tour di Jakarta)".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Organisasi

Pengertian komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (2010:31) "komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu".

Sedangkan komunikasi organisasi, dipandang dari suatu perspektif interpretif (subjektif) adalah "proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Dan komunikasi organisasi yakni perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberikan makna atas apa yang sedang terjadi".(Mulyana, 2002:33)

2. Komunikasi Internal

Komunikasi internal terdiri dari komunikasi *vertical* dan *horizontal*. Komunikasi *vertical* adalah komunikasi dari atas ke bawah (*Downward Communication*) dan dari bawah ke atas (*Upward Communication*). Komunikasi *vertical* dapat dilakukan secara langsung antara pimpinan tertinggi dengan seluruh karyawan, bisa juga berlangsung secara bertahap melalui eselon- eselon yang banyaknya tergantung pada besar dan kompleksnya organisasi. Sedangkan komunikasi *horizontal*, komunikasi secara mendatar antara anggota staf dengan staf lainnya, dan sebagainya.

3. Public Relations

International Public Relations Association (IPRA) mendefinisikan "PR adalah sebagai fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (umum) untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka".(Soemirat & Ardianto, 2008: 14)

4. Internal Public Relations

Menurut Ardianto *Internal Public Relations* adalah kegiatan untuk membina hubungan dengan public internal, seperti karyawan (*employee relations*), para manajer, para manajemen, dan para pemegang saham (*stockholders*) agar citra dan reputasi perusahaan atau organisasi tetap positif dimata public internal. Kegiatan hubungan internal ini pun berupaya tetap memelihara budaya perusahaan (*corporate culture*) yang sudah terbentuk sebelumnya. Melalui budaya perusahaan ini pula, akan membentuk *sense of belongin* (rasa memiliki) dan *sense of responsibility* (rasa tanggung jawab) *public internal* pada organisasi dan perusahaan (Ardianto, 2008:99).

5. Fungsi *Public Relations*

Neni Yulianita (2005: 50) dalam bukunya "Hubungan Masyarakat" mengemukakan empat fungsi dari *Public Relations*, yaitu :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern
- c. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
- d. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

6. Motivasi Kerja

Motivasi Kerja menurut Hasibuan, motivasi kerja adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja dengan giat dan antusias dalam mencapai hasil kerja yang optimal (Hasibuan, 2006:141).

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme. Positivisme adalah suatu filsafat yang menyatakan pengetahuan dengan bahan ilmu alam dan menyerahkan pertanyaan-pertanyaan tentang makna untuk dianalisa oleh filsafat. Hal-hal yang merupakan fakta-fakta dikatakan termasuk bidang ilmu. Hanya analisa tentang bahasa dan pertanyaan-pertanyaan mengenai makna dan verifikasi yang mengiringnya, yang tetap diakui termasuk lingkungan filsafat. Positivisme merupakan empirisme, yang dalam segi-segi tertentu sampai kepada kesimpulan logis ekstrim karena pengetahuan apa saja merupakan pengetahuan empiris dalam satu atau lain bentuk, maka tidak ada spekulasi dapat menjadi pengetahuan (Louis A. Kattsof yang diterjemahkan Soejono Soemargono,

2004:116).

Penelitian akan menggunakan metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Survei bertujuan untuk memproses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik. Karena itu penggunaan teknik sampling yang benar sangat menentukan kualitas (Kriyantono, 2012: 59).

Teknik Pengumpulan Data

Data primer atau data pokok dalam penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan tertulis. Kuesioner atau bisa disebut juga dengan angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. (Kriyantono, 2012: 193)

Data sekunder adalah sumber kedua yang didapat melalui website perusahaan, majalah internal, data perusahaan yang terdokumentasikan dan sumber-sumber lainnya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik statistik eksplanatif, "Statistik Eksplanatif adalah yang bertujuan menjelaskan hubungan antar dua variabel atau lebih" (Kriyantono, 2014:172). Data yang diperoleh nantinya akan dianalisis secara kuantitatif dengan jenis/tipe eksplanatif. Untuk membantu serta mengolah data dan menghitung hasil penelitian menggunakan metode SPSS (*Statistical Package For Social Science*) melalui tahap-tahap berikut :

1. *Editing*

Penelitian memisahkan jawaban dari responden antara yang *error* dan yang tidak *error*, juga memisahkan jawaban responden. Editing dilakukan terhadap rekaman jawaban yang telah ditulis ke dalam daftar pernyataan atau pertanyaan oleh para pencari data. Dalam editing ini diteliti kembali hal-hal sebagai berikut :

 - a. Lengkapnya pengisian
 - b. Keterbacaan tulisan
 - c. Kejelasan makna jawaban
 - d. Konsistensi jawaban satu sama lain
 - e. Relefasi jawaban
 - f. Keseragaman suatu data
2. *Coding*

Apabila proses *editing* telah selesai maka catatan jawaban di dalam daftar pernyataan dapat dianggap cukup rapi dan memadai untuk menghasilkan data baik dan cermat. Yang dimaksud *coding* adalah usaha untuk mengklasifikasikan jawaban-jawaban para responden menurut bagian-bagiannya. Dengan kata lain dapat disebut juga bahwa tujuan dari *coding* adalah untuk mengklasifikasikan jawaban-jawaban ke dalam kategori-kategori yang penting dimana penulis akan memberi tanda-tanda atau kode berupa simbol atau angka pada jawaban-jawaban dari responden.
3. *Tabulating*

Proses perhitungan frekuensi yang terbilang di dalam masing-masing kategori disebut tabulasi. Oleh karena itu hasil perhitungan harus selalu disajikan dalam bentuk tabel, maka istilah tabulasi seringkali diartikan sebagai proses penyusunan data ke dalam bentuk tabel, karena data yang dibaca kemudian dimasukkan ke dalam computer dalam bentuk tabel-tabel.
4. *Interpreting*

Peneliti membuka kesimpulan dari semua data yang didapat. (Ardianto, 2010:162)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskriptifkan butir-butir pernyataan dalam kuesioner sehingga diperoleh gambaran mengenai kedua variabel yang diteliti. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan dengan cara menggunakan pengolahan statistik meliputi korelasi dan regresi. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh dan sifat hubungan antara variabel bebas (independen) yaitu Pengaruh kegiatan *employee relations* terhadap motivasi kerja karyawan.

Pengaruh kegiatan *employee relations* terhadap motivasi kerja karyawan dapat diketahui melalui pernyataan yang telah ditentukan oleh sampel dari karyawan. Peneliti menetapkan 77 sampel dari jumlah populasi 328 karyawan, penetapan jumlah sampel tersebut diperoleh setelah dipilih secara acak.

Kuesioner yang peneliti ajukan berjumlah 26 pernyataan yang berasal dari variabel, dimensi, dan indikator-indikator variabel. Sumber pernyataan yang diajukan kepada para sampel berhubungan dengan variabel yang dianalisisnya ditunjang oleh buku-buku sebagai sumber pustaka untuk memperkuat hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini peneliti memakai teori Maslow, Hirarki kebutuhan dan motivasi karyerja karyawan dilihat dari berbagai kepentingan dan kebutuhannya, bagaimanapun kebutuhan itu dikategorikan dalam teori Maslow.

Disini peneliti mengajukan hipotesis dalam penelitian ini. Adapun hipotesis yang peneliti ajukan adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh kegiatan *employee relations* terhadap motivasi kerja.

Peneliti menggunakan paradigma *Positivisme* atau pendekatan empiris banyak dimodifikasi dan bahkan ditinggalkan ketika dalam kenyataanya pada peniliti sosial menemukan bahwa

gejala sosial dapat diukur dan dimodifikasikan.

Dalam penelitian kuantitatif atau positivistis yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja. Pola hubungan antara variabel yang akan diteliti tersebut sebagai paradigma penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis Eksplanatif Asosiatif. Eksplanatif Asosiatif itu sendiri adalah menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang akan diteliti. Peneliti membutuhkan definisi konsep kerangka konseptual dan kerangka teori. Peneliti juga melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu dengan variabel lainnya.

Penggunaan kuesioner merupakan hal pokok untuk mengumpulkan data, tujuan penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengetahui seberapa besar motivasi kerja karyawan pada PT. Smailing Tour di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu *proportionate stratified random sampling*, Dalam teknik ini, populasi dikelompokkan ke dalam kelompok atau kategori yang disebut strata. Strata ini bisa berupa usia, kota, jenis kelamin, agama, tingkat penghasilan, dan sebagainya. Sampel ini bertujuan untuk membuat sifat homogen dari populasi yang heterogen, artinya suatu populasi yang bersifat heterogen dikelompokkan ke dalam subpopulasi berdasarkan karakteristik tertentu sehingga setiap kelompok (strata) mempunyai anggota sampel yang bersiat homogen.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pernyataan dalam daftar kuesioner dan hasilnya dapat diketahui dengan membandingkan nilai r-hitung yang apabila lebih besar dari nilai r-tabel maka

instrumen dianggap valid. Nilai r-tabel dapat ditentukan dengan menggunakan tabel *productmoment* pada tabel

Dengan menggunakan taraf signifikan 5% dari 77 responden maka diperoleh nilai r-tabel sebagai berikut $df = 77 - 2 = 0,227$. Selanjutnya, jika $r\text{-tabel} > r\text{-hitung}$ maka bisa dibilang valid, dan jika $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ dibilang tidak valid. Kolom *corrected item-total correlation* sebagaimana hasil pengolahan dan SPSS.

Pada variabel Kegiatan Employee (Variabel X), menunjukkan bahwa ada 13 butir pernyataan yang dinyatakan valid. Dapat dikatakan valid apabila $> 0,30$. Dan Pada variabel Motivasi Kerja (variabel Y), menunjukkan bahwa 13 butir pernyataan yang dinyatakan valid. Dikatakan valid apabila $> 0,30$.

Pada saat uji realibilitas, keputusan alat ukur dikatakan realibel apabila *Cronbach's Alpha* $> 0,680$ maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan realibel, tetapi apabila *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan $< 0,680$ maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan tidak realibel.

Pada tabel 3.10 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* kedua variabel lebih besar dari 0,680. Pada variabel X pengaruh Kegiatan *Employee Relations* nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,680 dan pada variabel Y motivasi kerja sebesar 0,778 sehingga instrumen penelitian ini dianggap realibel dan dapat disimpulkan apabila kuesioner ini digunakan untuk responden lain dalam penelitian yang sejenis maka jawaban yang diisi oleh responden tersebut cenderung stabil dari waktu ke waktu.

Untuk identitas responden pria berjumlah 34 dan wanita berjumlah 43. Berdasarkan tabel 4.1 jumlah keseluruhan yang diambil dalam penelitian ini adalah 77 responden, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden pria dan wanita berselisih hanya sedikit dan dalam penelitian ini didominasi oleh responden wanita.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa usia responden <20 tahun adalah 17 orang, >30 tahun adalah 37 orang dan 20-30 tahun sebanyak 23 orang.

Peneliti melakukan analisis deskriptif analisis deskriptif berfungsi untuk mengetahui kondisi nyata variabel X dengan variabel Y. Analisis ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan setiap butir pernyataan dengan merujuk pada jumlah skor yang diperoleh pada setiap butir pernyataan dalam kuesioner

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang didapatkan, Maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisa korelasi dari data *output* SPSS 20 tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara pengaruh kegiatan *employee relations* terhadap motivasi kerja adalah sebesar 0,789, menunjukkan hubungan korelasi yang kuat $0,789 > 0,01$. jika dilihat tabel 3.4 menunjukkan bahwa angka koefisien korelasi yang $> 0,60 - 0,799$ mempunyai hubungan antara variabel yang kuat. Maka terjadi hipotesis semula diatas yaitu H_0 ditolak dan sehingga hipotesis alternative (H_a) diterima, artinya bahwa kesimpulannya adalah signifikan.
2. Dari hasil uji regresi diatas, diketahui bahwa nilai R adalah 0,789. Berdasarkan tabel 3.4 sebelumnya yang diberikan Kristyantono maka hubungan koefisien korelasi antara pengaruh kegiatan *employee relations* terhadap motivasi kerja karyawan PT. Smailing Tour di Jakarta, tergolong dalam tingkat hubungan kuat, artinya bahwa Hipotesis Alternatif (H_a) diterima, artinya bahwa terdapat pengaruh kegiatan *employee relations* terhadap motivasi kerja karyawan PT. Smailing Tour di Jakarta.
3. Melalui model summary diatas juga menunjukkan nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,622 yang bila dipresentasikan menjadi

62,2%. Nilai ini tergolong sedang, sehingga Hipotesis A (H_a) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh kegiatan *employee relations* terhadap motivasi kerja karyawan PT. Smailing Tour di Jakarta sebesar 62,2 % dan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain misalnya seperti bonus tahunan, kenaikan pangkat, kenaikan jabatan dan kenaikan gaji.

SARAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai ilmu komunikasi khususnya kegiatan *employee relations*. Institusi pendidikan harus membekali seorang praktisi *Public Relations* mengenai ilmu di bidangnya baik secara teoretis maupun praktis.

Berdasarkan hasil mean penilaian pada program acara khusus dalam HUT perusahaan dan kegiatan *gathering* menunjukkan keterangan sangat rendah. Diharapkan PT. Smailing Tour membuat acara HUT perusahaan memiliki inovasi atau ide-ide menarik yang membuat karyawan terkesan dalam acara tersebut dan pada kegiatan *gathering* seharusnya dilakukan secara rutin tiap tahunnya guna meningkatkan rasa kebersamaan antar karyawan yang satu dengan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh, 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations, Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media).
- Effendi, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi, Teori, dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2006. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Kattsof, Louis A Penerjemah Soejono Soemargono. 2004. *Pengantar Filsafat*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- , 2014. *Teori Public Relations Perpektif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2010. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Yulianita, Neni. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas.