

## Strategi Humas Unisba dalam Pengelolaan Konten di Media Sosial

**Fakhrezi Maulana Jatnika, Maya Amalia Oesman Palapah\***

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

fakhrezimaulana02@gmail.com, mayaama10403@gmail.com

**Abstract.** This research aims to analyze the Public Relations (PR) strategy used by the Bandung Islamic University (Unisba) in managing content on social media. With a qualitative approach and using the case study method, this research focuses on Unisba cartoon content as the research subject. Data was collected through interviews, observation and documentation at Unisba locations. Data analysis methods include data reduction, data presentation, and drawing conclusions to compile comprehensive findings. Data validity testing was carried out using source triangulation techniques to ensure the correctness and consistency of data obtained from various sources. This research follows a constructivist paradigm in dealing with social problems and data management. It is hoped that the research results will provide an in-depth overview of Unisba's public relations strategy in managing social media content, which can be used as a reference for other educational institutions in strengthening their image and interaction with audiences through social media.

**Keywords:** *Public Relations, Social Media, Bandung Islamic University.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Hubungan Masyarakat (Humas) yang digunakan oleh Universitas Islam Bandung (Unisba) dalam mengelola konten di media sosial. Dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini fokus pada konten kartun Unisba sebagai subjek penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di lokasi Unisba. Metode analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk menyusun temuan yang komprehensif. Uji keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber untuk memastikan kebenaran dan konsistensi data yang diperoleh dari berbagai sumber. Penelitian ini mengikuti paradigma konstruktivis dalam menghadapi permasalahan sosial dan mengelola data. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran mendalam tentang strategi Humas Unisba dalam pengelolaan konten media sosial, yang dapat digunakan sebagai acuan bagi lembaga pendidikan lain dalam memperkuat citra dan interaksi dengan khalayak melalui media sosial.

**Kata Kunci:** *Hubungan Masyarakat, Media Sosial, Universitas Islam Bandung.*

## A. Pendahuluan

Universitas Islam Bandung (Unisba) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta tertua dan ternama di Indonesia. Universitas Islam Bandung yang didirikan pada tanggal 15 November 1958 di Kota Bandung sudah mencetak banyak lulusan yang berkompeten di dunia kerja. Universitas Islam Bandung berhasil memasuki kedalam 100 universitas terbaik Indonesia versi Webometrics 2023. Universitas Islam Bandung berhasil menempati peringkat 93 dari 3.277 perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta.

Sebagai salah satu Universitas terbaik di Indonesia, Unisba menjadi salah satu pilihan mahasiswa baru dari berbagai daerah di Indonesia untuk melanjutkan jenjang pendidikan. Dengan banyaknya peminat, sudah seharusnya Humas dari Universitas Islam Bandung memiliki integritas tinggi dalam melaksanakan fungsinya sebagai pemberi informasi kepada khalayak umum dan menjaga citra positif. Dalam Yulianita, Humas adalah keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke luar maupun ke dalam, antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik dan dasar adanya saling pengertian (Iskandar & Palapah, 2017).

Perkembangan teknologi informasi telah memperluas peran Humas di era digital. Peran Humas tidak lagi terbatas pada upaya membangun citra dan memberikan informasi mengenai kegiatan dan prestasi saja, tetapi juga berperan sebagai wadah dalam menyebarkan informasi edukatif dengan memanfaatkan platform media sosial. Di kalangan lembaga pendidikan, Humas Universitas Islam Bandung (UNISBA) memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan informasi secara efisien. Pada pelaksanaannya, Humas UNISBA bukan hanya membagikan tentang prestasi atau acara dan menjaga citra, tetapi juga tentang menyampaikan informasi edukatif yang berguna bagi mahasiswa, calon mahasiswa, dan masyarakat umum melalui media sosial. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial bukanlah hal yang sekadar hiburan, tetapi sebuah alat yang efektif untuk membagikan pengetahuan dan nilai-nilai edukatif.

Humas Unisba memanfaatkan berbagai media sosial salah satunya yaitu Instagram. Pada media sosial instagram @universitasislambandung terdapat sebuah konten yang mengkomunikasikan informasi edukatif. Konten yang berjudul KARIM & AMINAH (Kartun Inspirasi Mahasiswa & Aspirasi Menambah Ilmu dan Akidah). Konten ini merupakan konten kartun pertama Universitas Islam Bandung. Konten kartun tersebut dikelola oleh komhumas Unisba dan pertama kali dibuat pada tanggal 9 Januari 2023. Konten kartun Unisba ini berusaha untuk memberikan gambaran kehidupan di kampus dan sekitarnya dengan menyelipkan humor-humor yang bertujuan untuk membangkitkan kesadaran moral dan juga keagamaan islam dalam aktivitas kampus. Konten ini menarik dikarenakan kartun Unisba merupakan konten yang pertama di universitas Kota Bandung.

Kegiatan yang dilakukan Humas UNISBA dalam pengelolaan konten melalui media sosial Instagram dapat memberikan kesempatan untuk lebih terhubung dengan mahasiswa dan masyarakat. Interaksi yang terjalin melalui media sosial memberikan ruang bagi pertukaran gagasan, diskusi dan pengembangan konsep pendidikan. Menurut Shel Holtz dalam Soemirat dan Ardianto, Keuntungan seorang Humas dalam menggunakan internet/ social media adalah informasi cepat sampai kepada publik, internet atau social media dapat berfungsi sebagai iklan, media, alat pemasaran, sarana penyebaran informasi dan promosi, siapapun dapat mengakses internet, tidak terbatas oleh ruang dan waktu, internet dapat membuka kesempatan melakukan hubungan komunikasi dalam bidang pemasaran secara langsung (Soemirat, 2012).

Sebagaimana yang diketahui, media sosial merupakan salah satu media online dimana para pengguna dapat ikut serta dalam mencari informasi dan berkomunikasi, dengan berbagai fasilitas dan aplikasi yang dimilikinya seperti instagram. Media sosial membawa pengaruh tersendiri terhadap kegiatan yang dilakukan Humas saat ini. Kehadiran media sosial pada kegiatan Humas dapat memberikan ruang yang lebih luas yang memungkinkan proses dan distribusi informasi tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Keberadaan media sosial memberikan gambaran bahwa masyarakat menerima keberagaman informasi dan dengan mudah memanfaatkan keberagaman informasi yang terdapat di berbagai konten di media sosial.

Konten adalah informasi yang diberikan melalui media, khususnya media sosial, berupa kata-kata, foto, suara (audio), atau video (Tresnawati & Prasetyo, 2018). Dari berbagai macam konten yang ada di media sosial, terdapat banyak sekali konten-konten berisikan konten edukatif yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. Humas Unisba membuat konten kartun di instagram bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi edukatif secara visual. Dalam membuat konten, Humas Unisba

memerlukan strategi dalam pelaksanaannya dengan tujuan pesan yang terkandung dari konten tersebut dapat tersampaikan secara efektif.

Menurut (Effendy, 2011) selaku pakar ilmu komunikasi mengatakan strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu perencanaan tersebut. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan peta arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Tujuan dari strategi Humas adalah untuk memelihara dan membangun reputasi positif organisasi di masyarakat. Organisasi yang memiliki reputasi yang baik dapat membantu dalam berbagai hal, seperti meningkatkan kepercayaan masyarakat, menciptakan kerja sama dan terpeliharanya saling pengertian. Strategi Humas merupakan hal terpenting bagi organisasi sehingga harus di rancang dengan matang dan dijalankan dengan efektif (Soemirat, 2012). Sholeh Soemirat mengutip pendapat Cutlip menjelaskan proses dari perencanaan Humas atau PR mengacu kepada pendekatan manajerial. Proses perencanaan strategis dalam Humas atau PR terdiri dari fact finding, planning, communication dan evaluation. Jika diperjelas menjadi pengumpulan fakta, definisi permasalahan, perencanaan dan program, aksi dan komunikasi, serta evaluasi (Soemirat, 2012).

Dari gambaran yang telah dijelaskan sebelumnya, timbul sebuah urgensi yang menunjukan pentingnya melakukan penelitian ini. Sehingga, peneliti merasa tertarik untuk mengeksplorasi strategi Humas yang digunakan oleh Universitas Islam Bandung dalam mengelola konten media sosial instagramnya. Secara spesifik peneliti tertarik meneliti bagaimana cara Humas Universitas Islam Bandung dalam mengelola konten kartun Unisba di media sosial instagram.

## **B. Metode**

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis hampir bertolak belakang dengan pandangan yang menempatkan pengamatan dan objektivitas sebagai cara untuk menemukan realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma konstruktivis memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis tindakan sosial yang memiliki makna melalui pengamatan terperinci terhadap pelaku sosial yang terlibat dalam menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003). Konstruktivisme tidak hanya tertarik pada apa yang dikatakan (konten), tetapi juga pada makna yang terkandung di dalamnya. Paradigma konstruktivis digunakan dalam penelitian ini untuk menggali bagaimana humas Unisba menciptakan konten yang bermakna bagi khalayak, dan bagaimana khalayak memaknai konten tersebut.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah kualitatif, karena sesuai dengan judul yang diteliti mengenai Strategi humas Unisba dalam pengelolaan konten di media sosial. Penelitian menggunakan metode kualitatif bertujuan untuk mengkritik kelemahan penelitian kuantitatif (yang terlalu positivisme), serta bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi atau fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2009).

Penulis menggunakan pendekatan studi kasus pada penelitian ini untuk menjelaskan strategi humas Unisba dalam pengelolaan konten di media sosial. Studi kasus merupakan penjelasan yang komprehensif tentang individu, kelompok, organisasi, program, atau situasi sosial yang diteliti. Penelitian studi kasus bertujuan untuk memeriksa sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Cresswell mengatakan bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu (Cresswell, 2010). Dengan menggunakan pendekatan penelitian studi kasus, peneliti berharap dapat memberikan uraian dan penjelasan yang komprehensif mengenai semua aspek yang terkait dengan subjek penelitian, berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan. Dengan demikian, peneliti dapat menjawab dan menggambarkan secara lengkap dan mendalam pertanyaan penelitian yang diajukan.

Dalam menentukan subjek atau informan pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik dengan pengambilan sampel sumber data dengan mempertimbangkan faktor tertentu, dimana peneliti melakukan observasi dan juga wawancara kepada individu yang dianggap memiliki pengetahuan terkait topik pada penelitian ini (Sugiyono, 2015). Kriteria-kriteria dalam penentuan subjek penelitian atau informan antara lain: Informan menjabat sebagai ketua Humas Universitas Islam Bandung, Informan merupakan bagian dari program konten kartun Unisba, Informan yang berkontribusi aktif dengan konten kartun Unisba

Kriteria-kriteria diatas akan memudahkan peneliti dalam memilih dan menentukan informan sesuai dengan pertimbangan probabilitas atau kemungkinan kesediaannya untuk diwawancara, melalui klarifikasi dengan Teknik purposive sampling ini diharapkan dapat selaras dengan tujuan penelitian. Dalam teknik pengumpulan data, tentunya ada instrumen riset untuk menentukan alat ukur dalam mengukur data di lapangan. Alat ukur itu sendiri merupakan alat bantu yang menentukan bagaimana cara dalam menentukan dan mengumpulkan sebuah data. Pengumpulan data itu sendiri merupakan sebuah kegiatan atau langkah dalam melakukan pengukuran terhadap data yang sesuai dan data yang kurang bahkan tidak sesuai. Teknik pengumpulan data sendiri terbagi menjadi beberapa poin, yaitu wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

Wawancara digunakan sebagai panduan dalam memproses data yang diperoleh dari wawancara. Menurut Esterberg wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suau ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucuti menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, pedoman wawancara disusun berdasarkan rumusan masalah yang diteliti. Pedoman tersebut dirancang dengan tujuan untuk memberikan acuan pada pertanyaan yang akan diajukan kepada partisipan, sehingga sesuai dengan rumusan masalah dan variabel yang menjadi objek penelitian. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode wawancara untuk mengetahui secara mendalam mengenai latar belakang dari strategi Humas Unisba dalam membuat konten KARIM & AMINAH. Kemudian, memperoleh informasi dari narasumber yaitu Kabag Komhumas Unisba.

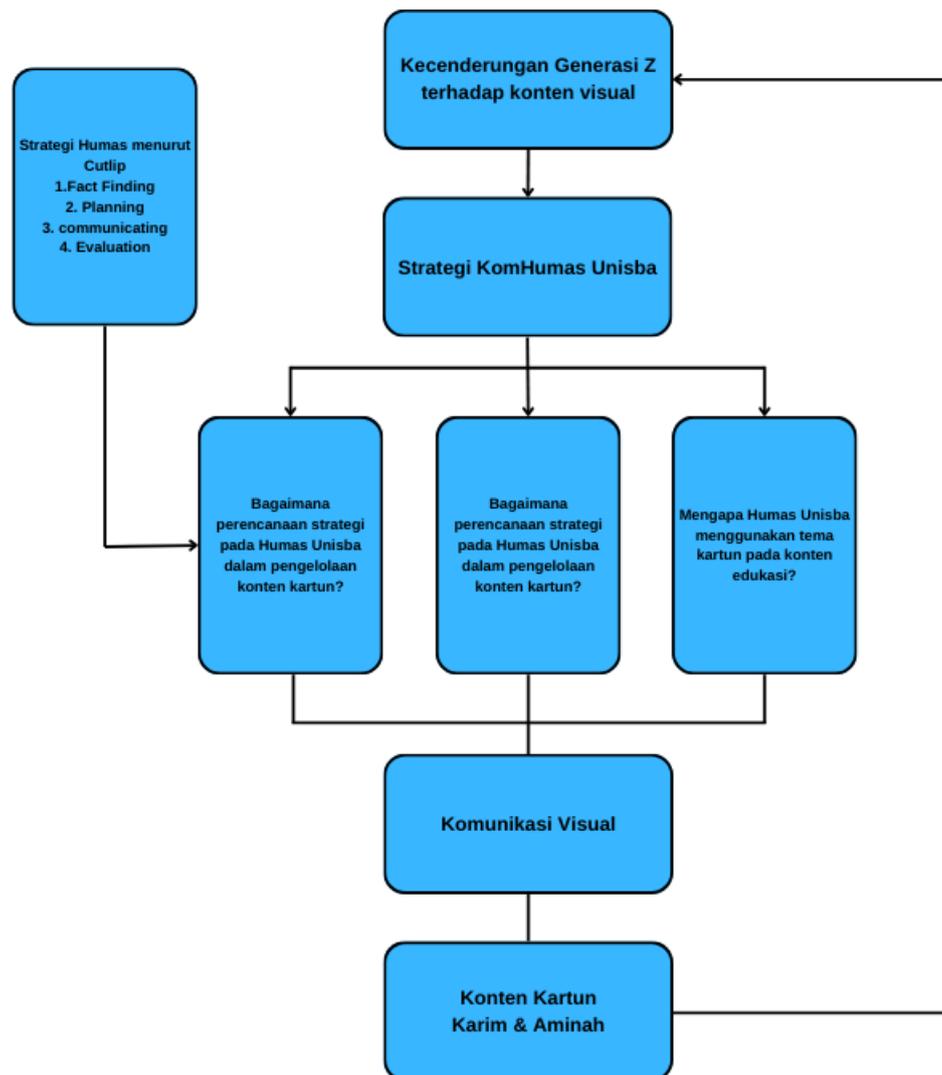
Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015). Dokumentasi dipilih agar dapat memperoleh data langsung dari tempat penelitian seperti laporan tertulis, peraturan – peraturan, laporan kegiatan, foto – foto, rekaman kegiatan dan data yang relevan engan konteks penelitian.

Studi Pustaka merupakan kerangka atau framework yang berfungsi untuk menganalisis dan memperjelas fakta yang telah dikumpulkan guna mendukung penelitian yang akan dilakukan. Studi Pustaka digunakan untuk meneliti secara mendalam tentang suatu topik penelitian yang akan dibahas dalam penelitian. Studi Pustaka yang akan dilakukan oleh peneliti ialah melalui e-book, buku, jurnal, internet dll, yang berhubungan dengan topik penelitian yaitu Humas dan pengelolaan media sosial.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan ketiga poin yang sudah dijelaskan sebelumnya, yaitu wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Adanya teknik dokumentasi ini digunakan oleh peneliti untuk memperkuat dan meningkatkan keakuratan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Sehingga memungkinkan peneliti dalam menafsirkan, memperkuat hasil wawancara dan observasi dan juga menguji setiap temuan pada latar belakang penelitian.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Perencanaan Strategi Humas Unisba dalam Pengelolaan Konten Kartun



**Gambar 1.** Pemetaan dari Strategi Komhumas Unisba dalam Pengelolaan Kartun

Kartun Karim & Aminah merupakan konten kartun pertama yang dimiliki oleh Universitas Islam Bandung. Konten kartun Karim & Aminah dikelola oleh KomHumas Unisba sebagai media mereka untuk menyampaikan informasi. Berdasarkan dengan temuan penelitian yang dijelaskan secara rinci oleh peneliti sebelumnya bahwa Latar belakang dari terciptanya konten kartun Karim & Aminah adalah karena KomHumas Unisba ingin menghilangkan gap antara Unisba dengan masyarakat sehingga menciptakan interaksi.

Tujuan dari konten kartun Karim & Aminah adalah *engagement* dan menunjukkan identitas dari Universitas Islam Bandung. Menurut Sherman dan Smith, social media engagement adalah proses terjadinya komunikasi melalui platform online, social media engagement berguna untuk membangun koneksi dengan orang lain secara online, menghasilkan semacam reaksi, interaksi, atau tindakan (Sherman & Smith, 2013).

Dalam pembuatan konten Kartun Karim & Aminah, terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan KomHumas Unisba yang menjadi urutan dalam terciptanya konten kartun Karim & Aminah. Dalam melaksanakan kegiatan public relations tentu membutuhkan tahapan agar hasil yang diinginkan dapat tercapai dan berjalan dengan efektif. Tahapan tersebut merupakan pola kegiatan komunikasi atau

proses public relations. Cutlip dan Centre dalam (Cutlip et al., 2006) membagi proses public Relations kedalam empat tahapan, yaitu:

### ***Fact Finding***

Tahap ini merupakan tahap dimana kegiatannya lebih difokuskan untuk mengetahui apakah situasi dan pendapat dalam masyarakat (opini publik) terhadap suatu langkah yang akan diambil, maupun yang sedang dilaksanakan itu dapat menunjang atau justru malah akan menghambat kegiatan organisasi atau perusahaan. Data-data dan fakta dapat diperoleh melalui survei pendapat, baik yang bersifat internal public maupun yang bersifat eksternal publik dengan menggunakan beberapa pendekatan.

Dalam Pembuatan konten kartun Karim & Aminah didasari oleh pemahaman KomHumas Unisba tentang perilaku audiens, khususnya generasi z yang memiliki kecenderungan terhadap konten audio visual. Tujuan utama dari konten kartun Karim & Aminah adalah untuk meningkatkan engagement atau keterlibatan audiens, baik itu mahasiswa maupun masyarakat umum. Kartun Karim & Aminah tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga menjadi representasi dari identitas Unisba sebagai kampus islam.

### ***Planning***

Perencanaan atau planning merupakan bagian penting dalam usaha memperoleh opini publik yang menguntungkan. Perencanaan ini merupakan bidang yang cukup penting bagi pihak Public Relations, karena merupakan bagian yang sangat menentukan bagi keberhasilan tujuan organisasi, terutama tujuan Public Relations itu sendiri. Kemudian Pada tahap perencanaan, KomHumas Unisba berperan penuh dalam pembuatan kartun Karim & Aminah mulai dari konsep ide cerita, pengembangan karakter, hingga penentuan judul. Dalam pembuatan kartun, KomHumas Unisba mengajak salah satu mahasiswa dari Unisba untuk menjadi kartunis di konten Karim & Aminah. KomHumas Unisba mengunggah konten kartun mereka di Instagram karena target dari konten kartun Karim & Aminah adalah generasi z.

### ***Communicating***

Tahap ini merupakan penyampaian informasi secara aktif kepada publik, baik publik internal maupun publik eksternal mengenai apa yang telah disusun dan juga diprogramkan. Pada proses penyampaian informasi Public Relations menggunakan berbagai bentuk, jenis, dan juga teknik komunikasi agar dapat mencapai efek tertentu seperti yang diharapkan. KomHumas Unisba pada konten kartun Karim & Aminah menggunakan metode integratif dalam menyampaikan pesan.

KomHumas Unisba menggabungkan isu-isu yang sedang terjadi di masyarakat dengan nilai-nilai agama. Hal tersebut dilakukan KomHumas Unisba untuk membuat kartun Karim & Aminah tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan pesan yang positif dan manfaat bagi pembacanya. Dengan mengangkat isu yang relevan dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan santai, KomHumas Unisba berharap konten kartun Karim & Aminah dapat menarik perhatian terutama generasi z.

### ***Evaluation***

Setelah komunikasi dilaksanakan, maka perusahaan pastinya tertarik untuk mengetahui dampak atau pengaruh dari tahap komunikasi terhadap publiknya. Untuk mengetahuinya, maka dilakukanlah evaluasi. Evaluasi sendiri adalah tahap terakhir kegiatan Public Relations dari ketiga kegiatan lain yang sudah disebutkan di atas. Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengetahui apakah kegiatan Public Relations benar-benar dilaksanakan menurut rencana hasil penelitian berdasarkan hasil dari penelitian atau tidak.

KomHumas Unisba melakukan evaluasi terhadap setiap episode yang telah di rilis. Evaluasi dilakukan untuk menjaga konsistensi konten kartun Karim & Aminah dalam berbagai aspek, mulai dari tema, pesan, jadwal penerbitan hingga kualitas visual. Komhumas memanfaatkan fitur insight pada instagram untuk melihat seberapa jauh konten Karim & Aminah diterima oleh target audiens. KomHumas Unisba memanfaatkan data Insight agar konten kartun yang mereka hasilkan dapat terus mengikuti perubahan tren dan tetap relevan sesuai dengan kebutuhan audiens.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: **Fact Finding**, KomHumas melakukan riset tentang target audiens, terutama generasi Z, untuk memahami ketertarikan mereka terhadap audiovisual. **Planning**, dalam proses perencanaan, KomHumas Unisba memiliki peran penuh dalam pembuatan konten kartun *Karim & Aminah*, mulai dari ide cerita, pengembangan karakter, hingga penentuan judul. **Communicating**, dalam konten *Karim & Aminah*, KomHumas Unisba menggunakan metode integratif dengan menggabungkan isu-isu yang sedang terjadi di masyarakat dengan nilai-nilai agama. **Evaluation**, KomHumas Unisba melakukan evaluasi di setiap episode yang telah dirilis untuk menjaga konsistensi dari konten *Karim & Aminah*.

#### Ucapan Terimakasih

*Alhamdulillah Rabbil Aalamiin*, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha kuasa atas limpah Rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Terima kasih kepada Prof. Dr. Atie Rachmatie.Dra.,M.Si. dan juga kepada Ibu Dr. Hj. Ani Yuningsih Dra., M.Si. yang telah membantu dalam keberlangsungan pengerjaan skripsi ini. Terimakasih kepada Ibu Maya Amalia Oesman Palapah, SPd., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing saya dan juga memberi arahan dalam skripsi ini. Tidak lupa kepada para informan terkait yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dengan peneliti dan membantu dalam penelitian ini.

#### Daftar Pustaka

- Bungin, B. (2009). *Penelitian Kualitatif Jakarta Kencana Prenada Media Group*.
- Cresswell, J. W. (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 74.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. Prentice Hall.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*.
- Febrianty, J., Iskandar, D., & Ahmadi, D. (2024). Strategi Promosi Produk Perbankan di Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 87–94. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5290>
- Haguston, S., & Putri, D. W. (2024). Penggunaan Google Scholar oleh Mahasiswa dalam Mengakses Informasi Edukatif. *Jurnal Riset Public Relations*, 131–136. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5476>
- Hidayat, D. N. (2003). Paradigma dan metodologi penelitian sosial empirik klasik. *Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia*.
- Iskandar, D., & Palapah, M. A. O. (2017). Strategi Public Relations Officer PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi II Bandung. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 243–248.
- Kosasi, M. D., & AG.Sudiby. (2024). Strategi Marketing Public Relations Salon Christopher dalam Meningkatkan Customer di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Public Relations*, 149–156. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.4830>
- Santi Nailul Izaty, & Rohmad Abidin. (2024). Analisis Media Monitoring Merek Uniqlo dengan Brand24 Pada Bulan Mei 2024. *Jurnal Riset Public Relations*, 137–148. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.4435>
- Sherman, A., & Smith, D. E. (2013). *Social Media Engagement For Dummies*. Wiley.
- Soemirat, S. (2012). *Dasar-dasar public relations*.

Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *Profesi Humas*, 3(1), 102–119.