

Media Relation Strategy Of DPRD Sidoarjo In The Building Image DPRD Sidoarjo

[Strategi Media Relation DPRD Sidoarjo Dalam Membangun Image DPRD Sidoarjo]

Satrio Adi Mahendra ¹⁾, Kukuh Sinduwiatmo ^{*2)}

¹⁾Program Studi Ilmu komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: kukuhsinduwiatmo@umsida.ac.id

Abstract. *The purpose of this study describes the media relations strategy in utilizing online media and print media to build the image of the Sidoarjo DPRD. This study applies a qualitative approach, using interview and observation techniques. The results of the study found that the media relations strategy of the Sidoarjo DPRD in maintaining the image and trust of the Sidoarjo people had not been carried out optimally. As a result of the restrictions imposed by the public relations department due to the pandemic. Relations between the press and the Sidoarjo DPRD public relations relate to press conferences, mediation between, editorial coverage. the role of the media that can encourage the publication of all information carried out by the Sidoarjo DPRD. Then the research results obtained that media relations strategy activities in enhancing the positive image of the Institution have good synergy, especially with the press media. Several activities to carry out this relationship such as meetings between the media or the press, in openness in each agenda such as press conferences, editorial discussions and hospitality between journalists. The effect is that the community can also get closer and access information news through the media center facility in the Sidoarjo DPRD. Such as information on specific municipal government websites and information on several external media platforms such as SidoarjoNews, JawaPos, Kompas, etc.*

Keywords - Media Relations Strategy, Building Image, Sidoarjo DPRD

Abstrak. Tujuan penelitian ini memaparkan strategi media relations dalam memanfaatkan media on line mau media cetak untuk membangun citra DPRD Sidoarjo. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, dengan teknik wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa strategi media relation DPRD Sidoarjo dalam mempertahankan citra dan kepercayaan masyarakat Sidoarjo belum dilakukan secara maksimal. Akibat pembatasan yang diberlakukan pihak humas akibat pandemi. Hubungan pihak pers dengan humas DPRD Sidoarjo berkaitan dengan konfrensi pers, mediasi antar, liputan redaksi. peran media yang dapat mendorong dalam mempublikasikan segala informasi yang dilakukan DPRD Sidoarjo. Maka diperoleh hasil penelitian bahwa kegiatan strategi media relation dalam meningkatkan citra positif Lembaga memiliki sinergi yang baik terutama dengan media pers. Beberapa kegiatan untuk menjalankan hubungan tersebut seperti pertemuan antar media atau pers, dalam keterbukaan dalam setiap agenda seperti konfrensi pers, diskusi redaksi maupun silaturahmi antar wartawan. Efeknya masyarakat juga dapat lebih dekat dan mengakses berita informasi lewat sarana media center ada di DPRD Sidoarjo. Seperti informasi website khusus pemkot dan juga informasi seperti beberapa platform media luar seperti SidoarjoNews, JawaPos, Kompas, dll.

Kata Kunci - Strategi Media Relations, Membangun Image, DPRD Sidoarjo

I. PENDAHULUAN

Media teknologi yang berkembang pada zaman globalisasi saat ini khususnya yang tinggal didaerah perkotaan yang maju sangat memerlukan informasi yang cepat dan akurat secara terbuka. Ini disebabkan keinginan konsumen mengenai informasi yang instan dan mudah di akses. Penggunaan teknologi seperti gadget dianggap sesuatu hal yang sangat wajar terutama dikalangan masyarakat yang tinggal diperkotaan. Pesatnya perubahan atau perkembangan teknologi ini menjadi sesuatu yang sangat wajar. Terrutama dalam bidang pekerjaan maupun

Pendidikan selain itu juga dengan adanya teknologi memberikan kenyamanan bagi penggunaannya dalam keseharian untuk mengakses segala informasi yang selalu muncul atau selalu terupdate di setiap waktu dalam sehari. Dengan hadirnya internet juga memberikan kemudahan bagi setiap individu untuk berkomunikasi antar individu lainnya dengan lancar dan cepat. Sifat internet sendiri yang interaktif membuat manusia lebih mudah untuk mengekspresikan diri, dan bekerja sama antar individu seperti dalam bidang pekerjaan maupun organisasi masyarakat yang tentunya secara instan dan cepat.

Keinginan publik untuk dapat mengakses informasi telah menjadi konsumsi maupun kebutuhan primer dari setiap individu. Penyebabnya karena informasi yang jauh baik berupa berita, hiburan, edukasi tidak bisa diperoleh melalui media konvensional secara cepat. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya sebuah perangkat media yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman.” Begitu juga dengan DPRD Sidoarjo dalam memaksimalkan program kerjanya sendiri dengan adanya perkembangan teknologi, internet, dan juga media sosial, lembaga maupun institusi juga merasakan dampak terlebih dalam pemaparan aplikasi kerja. Maka dari itu untuk menjaga dan meningkatkan hubungan yang baik dengan media lokal ataupun nasional.

DPRD Sidoarjo membuka diri bagi pers untuk meliput atau mencari informasi dengan tujuan menciptakan image yang baik di lingkungan DPRD Sidoarjo. Namun, dalam beberapa bulan terakhir DPRD Sidoarjo memberlakukan kebijakan pembatasan media pers dalam setiap kegiatannya lantaran adanya pandemi *COVID19* yang membuat akses pers untuk masuk dan meliput aktivitas DPRD Sidoarjo. Dalam memfasilitasi kegiatan pers di dalam lingkungan DPRD Sidoarjo. Pihak Humas DPRD Sidoarjo menyediakan fasilitas media center bagi media ataupun pers lokal dalam meliput segala aktivitas ataupun program kegiatan di gedung DPRD Sidoarjo.

Banyak lembaga ataupun institusi merasakan betapa pentingnya membangun dan membina hubungan baik dengan media dalam rangka memperoleh citra positif dan merebut dukungan publik. Dengan membina hubungan baik dengan media, maka media massa tersebut dapat dijadikan mitra untuk memaksimalkan pengomunikasian informasi, citra, gagasan yang berasal dari organisasi kepada publik/publiknya. Iriantara, 2005.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Menurut Everett M. Rogers dalam buku Ilmu Komunikasi, mengatakan bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Mulyana, 2007:)

Hal ini juga yang menjadikan media massa sebagai alat komunikasi yang selalu menjadi andalan manusia dalam kesehariannya. Media massa secara umum juga memiliki beberapa fungsi yang dirasakan umat manusia, yaitu untuk informasi, untuk mendidik, untuk hiburan, dan untuk mempengaruhi. Mendukung pernyataan tersebut, juga menyimpulkan, pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (Nurudin 2007: 3-4).

Peneliti menggunakan teori Lesly (Darmastuti, 2012:52), mengungkapkan Media relations merupakan kegiatan yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi, dari pendapat di atas secara garis besar media family members lebih digunakan untuk fungsi publisitas, sedangkan kegiatan yang bisa menopang publisitas itu adalah merespon kepentingan

media, intidari merespon kepentingan media itu sendiri adalah pemberian informasi atau tanggapan pada media atas nama organisasi atau klien, selain menggugulkan teori diatas penelitijuga menggunakan model hubungan dengan media massa yang di tulis oleh Darmastuti(2012:163), yakni model hubungan antara public family members dengan institusi media.

Citra atau photograph bagi sebuah perusahaan merupakan hal yang berperan penting, karena citram erupakan salah satu tujuan utama yang hendak dicapai oleh strategi media relation. Citra yang positif diharapkan dapat menciptakan ketertarikan seseorang padaorganisasi atau perusahaan sehingga seseorang dapat m emberikan dukungannya terhadap organisasi atau perusahaan tersebut. Citra berkaitan dengan suatu penilaian tanggapan, opini, kepercayaan publik,asosiasi atau simbol simbol tertentu terhadap bentuk pelayanan, nama perusahaan dan merek suatu produk barang atau jasa dari pihak publik sebagai khalayak saran. Citra tersebut dapat bersifat positif atau negatif. (Ruslan, 2010: 71)

Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan dalam benak seseorang. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesanatau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereksukaiatau yang tidak disukai dari objek tersebut. Suatu citra bisa sangat kaya makna atau sederhana saja.Citra dapat berjalan stabil dari waktu ke waktu atau sebaliknya bisa berubah dinamis, diperkaya oleh jutaan pengalaman dan berbagai jalan pikiran asosiatif. Setiap orangbisa melihat citra suatu objek berbeda beda, tergantung pada persepsi yang ada pada dirinya mengenai objek tersebut atau sebaliknya citra bisa diterima oleh seluruh anggota masyarakat. itulah yang biasa disebut opini publik.

Menurut Frank Jeffkins0(Nova, 2011:298), bahwa secara umum citra atau picture diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Layout desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu layout deskriptif, layout verifikasi, dan juga format grounded studies. Dalam penelitian ini digunakanmetode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi(Koentjaraningrat,(1993:89). Metode deskriptif ditujukan untuk , mengumpulkan Informasi realsecara rinci untuk melukiskan gejala yang ada.Mengidentifikasi masalah atau memeriksakondisi dan praktekpraktek yang berlaku. Membuat pertandingan atau evaluasi.Peneliti memilih metode ini untuk menemukan cara mencari mengumpulhasil penelitian tersebut. Permasalahanyang akan dikaji oleh peneliti merupakan masalah yang bersifat sosial serta dinamis. Karena itupenelitiandeskriptifini bertujuan untuk mendeskripsikan apa apa gejala yang berlaku saat ini. Didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada.Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan yang ada.

Selain itu beberapa penelitian terdahulu dapat menjadi acuan maupun penguatan information peneliti seperti RA. Putri Mustika Sari (2020) yang mana membahas tentang Strategi Public members of the family dalam Upaya Membangun PT. Prudential lifestyles guarantee. Dimana fokus penelitiannya adalah untuk mengetahui

strategi Humas Prudential existence assurance dalam membangun citra dan faktor yang berperan dalam membangun citra tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah The Seven C verbal exchange Teory. Ahmad Wildan Maulana (2019) Dimana penelitian tersebut Strategi Media Sosial Sebagai Strategi Membangun Citra Pada Devisi company Communicationn PT Krakatau metal (PERSERO) Tbk. Dalam membangun citra perusahaan melalui virtual ifluncer, dapat melalui pendekatan publik members of the family Cutlip & middle yaitu truth finding, planning, comunicating, dan evolution. Rosliana dan Riris Loisa (2018) membahas tentang Strategi Cyber Public relations dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Citra Perusahaandengan menjalankan strategi cyber public relatian dengan menggunakan Instagram, facebook sebagai media untuk membangun citra perusahaan dan mendekati diri dengan publik. Ranti Nuarita , Yusuf Zaenal Abidin (2021) membahas tentang bagaimana Implementasi Media relations Melalui Keberadaan Media middle yang dilakukanoleh HumasPT.Pindad(Persero) Bandung. Penelitian ini berlandaskan pada konseptual yang dikemukakan oleh Cutlip,center dan Brom yang terbagi menjadi empat yaitu, pengumpulan, perencanaan, komunikasidan evaluasi. Metode yang digunakan dalam peneltian ini yaitu, kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif sehingga dapat memaparkan, menggambarkan situasi serta peristiwa secara cermat mengenai individu atau kelompoktentang gejala dan keadaan yang terjadi. Agung Prawijaya (2022) yang membahas perihal strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur dalam peningkatan sarana informasi publik sertamengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambatan dalam upaya tersebut. Metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah ini ialah dengan Metode KualitatifDeskriptif .

II. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, pada proses penelitian ini, peneliti secara langsung terlibat dan terjun langsung dalam proses pengumpulan data statistik guna dapat melengkapi hasil yang dibutuhkan dalam hasil akhir penelitian untuk mendapatkan informasi strategi media relation apa saja yang digunakan oleh DPRD Sidoarjo melalui media sosial dalam membangun citra lembaga dan kota sidoarjo. Adapun facts yang diterapkan yaitu jenis records primer dan sekunder sedangkan teknik pengumpulan information yang lakukan oleh peneliti adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Dimana peneliti melalukan observasi terlebih dahulu ke objek penelitian di Kantor DPRD Kabupaten Sidoarjo. Jl. Sultan Agung No.39, Gajah Timur, magersari, Kecamatan Sidoarjo. Setelah itu peneliti melakukan wawancara secara terstruktur dengan beberapa pihak seperti Humas DPRD Sidoarjo yaitu *Diana kholida Hasan*, *S.Sos* dan juga salah satu wartawan atau pers dari media lokal yaitu *M. Sholahuddin dari Jawa Pos.com* yang sempat peniliti wawancarai. Dan juga peneliti menyertakan hasil atau dokumentasi penelitian. Terakhir peneliti melakukan analisis data seperti data reduction, data display, maupun verifikasi data. Pada akhir peneliti dapat menyusun secara sistematis data yang sudah disajikan, selanjutnya berusaha untuk menarik kesimpulan dari data-data tersebut sesuai dengan fokus penelitian.

Menurut Johnson keberadaan dan fungsi yang dijalankan oleh Media Relations sangat penting untuk kemajuan sebuah lembaga atau institusi (Wahidin,Ruli 2013:26.) Penelitian ini akan berfokus mengenai Implementasi Media Relation Melalui Keberadaan Media Center yang ada pada objek yang diteliti. Keberhasilan

dari Implementasi tersebut adalah berfokus bagaimana lembaga mempergunakan fasilitas yang ada untuk kemajuan organisasinya juga bagaimana pihak eksternal mencitrakan lembaga tersebut sehingga timbul citra dikalangan masyarakat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Sidoarjo atau dapat disingkat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah lembaga legislatif yang menaungi atau berkedudukan di kabupaten Sidoarjo, Jawa timur. DPRD Sidoarjo memiliki kebijakan yang berhubungan dengan meningkatkan software kerja ataupun efektifitas dalam menunjang kinerja pada sektor pembangunan image daerah maupun institusi daerah kota Sidoarjo. strategi media relation melakukan pemeliharaan maupun dukungan dengan pihak terkait dengan tujuan citra yang baik dimata khalayak, yang mana menyangkit aktifitas komunikasi keduanya, dapat menerima dan bekerjasama antara kedua belah pihak, strategimediarrelation menggunakan komunikasi untuk memberitahu, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik sarannya. Dalam hal ini penggunaan strategi Media relations agar lebih fokus dalam meningkatkan citra institusi ataupun lembaga dalam hal ini DPRD Sidoarjo. Strategi ini bertujuan meningkatkan citra positif mengenai penaplikasian kerja DPRD Sidoarjo bagi masyarakat yang menyangkut unsur citra, itikad, pengertian, saling percaya, saling menghargai maupun toleransi dengan antar pihak yang terikat didalam lingkungan DPRD sidoarjo tersebut.

Hasil dari penelitian ditemukan bahwa strategi media relation DPRD Sidoarjo dalam mempertahankan citra dan kepercayaan masyarakat Sidoarjo belum dilakukan secara maksimal. Dikarekan pembatasan yang diberlakukan pihak humas akibat pandemi. Hubungan pihak pers dengan humas DPRD Sidoarjo berkaitan dengan konfrensi pers, mediasi antar, liputan redaksi. Dapat peneliti gambarkan secara pandangan secara umum sekaligus juga yang diharapkan dapat menjawab problematika dalam penelitian sebelumnya mengenai strategi media relation. Dengan observasi dan wawancara yang mendalam terhadap responden dnegan hasil informasi mengenai pihak inner dan pihak eksternal

Tujuan strategi media relation yang dilakukan DPRD Sidoarjo adalah untuk mempertahankan citra yang positif dimata masyarakat mengenai kinerja DPRD Sidoarjo, dengan tetap waspada terhadap opini maupun persepsi masyarakat di kabupaten sidoarjo. DPRD sidoarjo juga sangat terbuka kepada masukkan maupun suara masyarakat dalam penyampaian saran maupun kritik mengenai kinerja DPRD sidoarjo.

Proses menganalisa hasil penelitian yang dilakukan adalah mencari hubungan antara teori dengan konsep yang ada dengan hasil penelitian yang diperoleh. Dari hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas, kemudian peneliti melakukan analisis untuk mengetahui strategi public members of the family dalam meningkatkan citra DPRD Sidoarjo. Hasil wawancara, peneliti dalam menilai teori situasional publik James E, gruning dan Todd Hunt yang dapat diartikan sesuai dengan hasil data yang didapatkan oleh peneliti mengenai media relation yang dilakukan DPRD Sidoarjo. dimana peneliti mendapatkan informasi yang spesifik tentang kebutuhan tentang informasi yang dapat diakses khalayak masyarakat. Dengan publik yang aktif memahami keterlibatan DPRD Sidoarjo dalam program aktif maupun non aktif yang berjalan. Berdasar hasil dari wawancara secara mendalam yang dapat diuraikan dari strategi media relation terutama pihak Humas DPRD Sidoarjo tidak hanya berfokus pada titik berat program kerja semata, namun juga tetap menjaga citra yang telah terbentuk. Sesuai program kerja DPRD Sidoarjo yang fokus dengan inovasi, edukasi, persuasi yang ada pada program kerja Perbedaan dengan penelitian ini

yaitu terletak pada pola Pendekatan dan kegiatan yang dilakukan oleh Humas DPRD Sidoarjo dengan media lokal dalam Implementasinya yaitu lebih berpusat pada pengelolaan kegiatan di media center untuk pers.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kantor DPRD Kabupaten Sidoarjo. Jl. Sultan Agung No.39, Gajah Timur, magersari, Kec. Sidoarjo, kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61212

V. SIMPULAN

Publisitas yang diberitakan ke semua media cetak ataupun media online yang dimana diperuntukan untuk publikasi secara massal dapat disimpulkan kurang maksimal. Namiun demikian, menurut penulis komunikasi yang telah terjalin antara Humas DPRD Sidoarjo dengan pers terjalin dengan baik dengan adanya wadah bagi kedua pihak untuk saling bersinergi dengan diadakannya beberapa kegiatan seperti Sillaturahmi antar media dengan media lainnya atau juga seringnya pers dilibatkan dalam liputan program kerja DPRD Sidoarjo. Maka penulis dapat memperoleh kesimpulan bahwa strategi media relation memiliki proses yang berjalan baik terutama penyediaan media center sebagai wadah informasi khalayak publik.

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang Strategi Media Relation DPRD Sidoarjo dalam mempertahankan citra dan kepercayaan masyarakat Sidoarjo, penulis memberikan saran sebagai berikut: a. humas maupun media lokal harus lebih sering dalam memberikan informasi mengenai program kerja DPRD yang sudah terlaksana maupun belum terlaksana agar banyak masyarakat yang dapat mengakses informasi tersebut secara luas dan menjadi sarana informasi yang baik mengenai program daerah agar masyarakat dapat menerima sehingga membuat citra yang positif bagi institusi terkait. DPRD Sidoarjo melalui humas dan media lokal harus membuat publikasi yang semaksimal mungkin ketika ada program pembangunan maupun program kerja yang dilakukan DPRD Sidoarjo agar masyarakat lebih mendapat informasi dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas selesainya penyusunan karya ilmiah ini, saya sebagai penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Humas DPRD Sidoarjo dan perwakilan Pers yang sudah bersedia diwawancari sebagai narasumber penelitian dan juga seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

REFERENSI

- [1] Darmastuti, R. (2012). *Media Relations : Konsep, Strategi , dan Aplikasi* (Edisi 1) Andi. (Darmastuti, 2012)
- [2] Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatma Media.
- [3] Serge Christophe Kolm, 2008. *Reciprocity: An economics of social relations*. NewYork: Cambridge University Press.
- [4] Handaru, S. (2017). Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program SIM Online oleh Satlantas Polestabs Surabaya *Jurnal E-Kommunikasi*, 5(1),1-12.
- [5] Ruslan, Rosady.2006. *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- [6] Khadijah, S.0(2012). Strategi Publik Relation dalam membangun Citra Perusahaan. *Makna: Jurnal Komunikasi Bahasa dan Budaya*,2(2), 1-31.
- [7] Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda karya.

- [8] Morissan. (2008). Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- [9] Muchtar, K. (2016). Peran dan Strategi Humas dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam. Jurnal Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwa, 15(2), 317-338.
- [10] Basrowi, & Suwandi. (2008). Memahami Penelitian Kualitatif. Rineka Cipta.
- [11] Pratama.J. (2018),Strategi Publik Relation dalam Membangun Citra positif Egalter, 2(3). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/egr/article/view/1202>
- [12] Salim. A. (2006). teori dan Paradigma Penelitian Josia Yogyakarta: Tiara Wacana. Sugiyono. (2005). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung. CV. Alfabeta.
- [13] Sutopo, H. B. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar tori dan Terapannya dalam Penelitian. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- [14] Komarudin (2013). Peran Media Relation Dalam Meningkatkan Citra PT. Mizan Publika. Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta
- [15] Nindyta Dyda Iswara, Uljanatunnisa, Vina Mahdalen (2020). Strategi Media Relation dalam Launching Vivo S1 periode juli 2019 (Studi kasus PT. Srikandi Imaji Lintas kreasi). Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta, Indonesia

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.