

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu upaya untuk menciptakan kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi senantiasa berperan penting dalam proses kehidupan manusia. Poin utama dalam tataran kehidupan sosial manusia adalah komunikasi dan juga merupakan komponen dasar dari hubungan antar manusia, karena dengan melakukan komunikasi yang baik dapat melancarkan kegiatan sosial manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan sesuatu yang penting untuk menjalin relasi dengan orang lain. Tidak hanya itu, komunikasi juga dapat memberikan pertukaran informasi dan dukungan emosional pada saat mengalami perasaan yang kurang nyaman. Proses penyampaian pesan dengan adanya respon timbal balik dari komunikator ke komunikan merupakan proses komunikasi. Pada sebuah lembaga atau instansi, proses komunikasi dilimpahkan atau dipercayakan kepada orang yang profesional dibidangnya. Tanggung jawabnya adalah membagikan informasi kepada publik sehingga pesan atau informasi yang disampaikan dapat di terima, dan dipahami dengan jelas sesuai dengan fakta yang sebenarnya.

Memasuki era globalisasi ini, merupakan era terjadinya perubahan situasi dan kondisi secara cepat diberbagai bidang kehidupan manusia. Hal ini juga sering di sebut sebagai era disruptif teknologi karena otomatisasi dan konektivitas pada sebuah bidang kehidupan akan menyebabkan terjadinya

pergerakan dunia industri dan persaingan kerja yang menjadi tidak linier, maka kemudian hal ini menimbulkan faktor resiko masyarakat terhadap kemungkinan pergantian peran manusia sebagai motor sebuah penggerak industri akan digantikan oleh kedatangan teknologi seperti *Artificial Intelligence* (AI) dan robot-robot pintar. Era digital saat ini sangat dipromotori oleh keberadaan internet, berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 pengguna internet di Indonesia mencapai 78,19 % atau menembus 215.773.901 jiwa.¹ Hal ini menunjukkan bahwa internet saat ini menjadi kebutuhan masyarakat, sehingga membuat popularitas media digital di Indonesia pun mulai mengalami pergerakan menuju tren *online mobile*.

Menurut penelitian dalam jurnal ilmiah Nurul Jannati Rochmah (2015) menjelaskan bahwa transformasi internet sebagai media baru yang telah merombak bisnis dari pengelolaan hubungan yang biasa dilakukan oleh seorang Public Relations.² Dengan kata lain, kemunculan internet menjadi tantangan bagi praktisi Public Relations profesional untuk dapat menjangkau publiknya secara efektif. Dalam ranah perguruan tinggi, salah satu yang memiliki peran penting pada era digital karena humas menjadi jembatan penghubung dan ujung tombak organisasi yang bertugas membangun relasi dan koneksi yang baik dengan masyarakat atau publik baik di dalam maupun di luar organisasi atau

¹ APJII, 'Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia', *APJII*, 2023
<<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>>
[accessed 20 June 2024].

² Nurul Rochmah, 'Tantangan Dan Kesempatan Praktisi Public Relations Menghadapi Dinamika Digital Di Indonesia', *CommLine*, VI (2015), 131
<<https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/609/482>>.

isntiusi. Peran manajemen Public Relations sebagai garda terdepan untuk penyebaran informasi publik dengan menggunakan media digital supaya dapat menjalin komunikasi dengan publik secara virtual.

Menurut informasi yang di dapat dari Biro Akreditasi UMBY, data yang di unggah pada website milik Biro Akreditasi menjelaskan bahwa UMBY telah menduduki peringkat ke-13 dalam kategori Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dalam seluruh DIY, serta UMBY masuk dalam 10 besar PTS se-DIY, serta menduduki peringkat 104 dari 3115 Perguruan Tinggi yang ada di Indonesia. Oleh sebab itu, suatu instansi pendidikan memerlukan humas yang inovatif serta aktif agar mampu mencapai tujuan organisasi tersebut. Karena seorang humas sudah dibekali ilmu untuk merancang srtategi komunikasi untuk memanfaatkan media digital yang dapat mempengaruhi pencitraan yang baik dari organisasi maupun lembaga pendidikan. Dan berkaitan dengan konsep citra yang baik yang ingin dibangun oleh sebuah instansi penidikan sebagai upaya dalam memberikan pelayanan mutu pendidikan, maka instansi pedidikan perlu untuk memperhatikan serta mengupayakan peningkatan citra lembaganya. Dengan demikian instansi pendidikan dapat memperoleh kepercayaan, pengertian, dukungan, dan kerjasama dari publik. Sehingga instansi pendidikan mampu memberikan jasa pendidikan yang berkualitas sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Dalam hubungannya dengan prestasi yang diperoleh UMBY tersebut, sangat berkaitan dengan citra dalam sebuah lembaga merupakan salah satu harta yang memiliki nilai tinggi bagi lembaga manapun. Karena citra merupakan hasil

penilaian dan persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Dimana baik buruknya suatu lembaga ditentukan oleh lembaga itu sendiri. Dan citra sendiri dapat diwujudkan dengan memberikan pemahaman kepada publik melalui penyebaran informasi yang dapat dipahami, rasional serta dapat dipercaya. Dengan membentuk citra yang baik, maka instansi pendidikan dapat tetap hidup serta orang-orang didalamnya dapat semakin mengembangkan kreativitas serta nantinya akan berdampak positif dengan terjalin relasi yang harmonis dengan publik.

Sebaliknya jika citra lembaga di hadapan publik kurang baik, hal ini menunjukkan bahwa adanya ketidakpuasan yang dapat menimbulkan ketidakpercayaan yang menyebabkan adanya kemungkinan publik melakukan penarikan diri yang dapat merugikan suatu lembaga tersebut. Maka, dalam lingkup lembaga pendidikan humas dengan lembaga pendidikan memiliki tujuan utama yakni mengubah citra umum di hadapan masyarakat yang berhubungan dengan aktifitas baru dalam suatu lembaga pendidikan. Seperti yang dijelaskan oleh Vivi Yilfiana bahwa dalam lembaga pendidikan fungsi dari humas adalah meningkatkan dan menjalin hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik itu publik internal maupun eksternal kaitannya untuk meningkatkan mutu pendidikan.³ Dalam menjaga citra, hubungan perguruan tinggi dengan masyarakat juga termasuk dari bentuk hubungan sosial antara pihak perguruan tinggi dengan masyarakat. Namun juga mencakup hubungan

³ Vivi Yilfiana and others, 'Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada', *MAPPESONA*, 4.2 (2021), 66–76 <<https://doi.org/10.30863/mapesona.v4i2.2485>>.

instansi pendidikan satu dengan yang lain, sekolah dengan pemerintah setempat, serta sekolah dengan masyarakat pada umumnya.

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka peran manajemen humas dalam meningkatkan citra positif di era digital terhadap lembaga pendidikan sangat diperlukan karena hal tersebut mampu untuk memberikan manfaat positif bagi sebuah instansi pendidikan supaya menimbulkan persepsi yang positif dimasyarakat. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran manajemen public relation dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan sekaligus memperdalam dan memperkaya ilmu mengenai pengelolaan komunikasi dalam organisasi. Sehingga ilmu yang telah didapatkan nantinya dapat dijadikan pengalaman serta bekal untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya sesuai dengan bidang ilmu yang telah dipelajari selama ini.

1.2.Rumusan Masalah

Bagaimana Peran Manajemen Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Universitas Meru Buana Yogyakarta Di Era Digital ?

1.3.Tujuan Penelitian

Mendapatkan gambaran yang mendalam tentang Peran Manajemen Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Universitas Meru Buana Yogyakarta

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis/akademis

Hasil penelitian ini dapat mengembangkan ilmu komunikasi yang telah didapatkan, terutama dalam bidang public relation serta dapat memperkaya ilmu komunikasi

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat mejadi sumber informasi untuk Universitas Mercu Buana Yogyakarta terkait dengan peran manajemen humas dalam meningkatkan citra positif

1.4.3. Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk masyarakat luas terkait dengan peran manajemen humas dalam meningkatkan citra positif Universitas Mercu Buana Yogyakarta di Era Digital.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini paradigma yang digunakan merupakan paradigma postpositivisme yang lebih mampu menghantarkan kepada tingkat pemahaman yang lebih mendalam atas proses sosial yang kompleks dalam menggantikan pendekatan eksperimental dalam gugus pemikiran positivisme.⁴ Landasan penelitian kualitatif terletak pada

⁴ MA Prof. Dr. H. Warul Walidin AK., M. Ag. Dr. Saifullah, S. Ag., and MA Tabrani. ZA, S. Pd.I., M.S.I., *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*, ed. by M. Ag Masbur, Cetakan Pe (Banda Aceh: FTK Ar-Raniry Press, 2015)
<https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kualitatif_Grounde/HNKREAA

filsafat postpositivisme, karena digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Boleh dikatakan bahwa dalam paradigma ini peneliti adalah sebagai sumber kunci pada tahap pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁵ Sehingga dapat diartikan bahwa dalam penelitian kualitatif paradigma postpositivisme merupakan paradigma yang sering dipakai oleh para peneliti karena tidak berfokus pada data dan tidak mencari tahu lebih mendalam mengenai makna sebab-akibat namun lebih pada menggali informasi secara langsung kepada objek penelitian.

1.5.2. Metode Penelitian

Pendekatan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dimana pengertian dari pendekatan kualitatif sendiri adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas

AQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=positivisme+dalam+penelitian+kualitatif&pg=PA3&printsec=frontcover>.

⁵ Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. by Ella Deffi Lestari (Sukabumi: CV Jejak, 2018)
<https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_penelitian_kualitatif/59V8DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=positivisme+dalam+penelitian+kualitatif&printsec=frontcover>.

atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kualitatif.⁶

1.5.3. Subjek / Objek Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mengambil objek penelitian Peran Manajemen Public Relations Universitas Mercu Buana Yogyakarta, karena dalam suatu lembaga pendidikan pada era digital saat ini manajemen public relation sangat penting untuk membentuk, menjaga, dan mempertahankan citra positif suatu lembaga tersebut.

Dalam penelitian ini, Objek penelitian dilakukan di Universitas Mercu Buana Yogyakarta kampus satu yang berlokasi di Jl. Wates km 10 Yogyakarta. Objek dalam penelitian ini adalah Bagian Humas Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang memiliki dua staff pelaksana dan satu kepala bagian Humas UMBY. Sehingga subjek yang akan diwawancarai langsung oleh peneliti mengenai beberapa informasi yang akan di dapat dengan mengajukan pertanyaan yang sesuai dengan judul penelitian, terdapat beberapa kriteria subyek penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Subyek merupakan tenaga kependidikan (Tendik) Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY)

⁶ Dr. Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. by Abdul Rofiq, Revisi (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021).

- b. Subyek sudah bekerja di Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY) bagian Humas minimal 3 tahun
- c. Subyek memiliki pengalaman di bidang humas, memiliki relasi dengan media yang berkaitan dengan humas serta memiliki tugas yang sesuai dengan judul penelitian

Berdasarkan dari kriteria subyek diatas, maka dapat ditetapkan beberapa kandidat subyek penelitian, diantaranya :

- a. Widarta, SE, MM, CDMP Sebagai Kepala Bagian Humas UMBY selama 3 periode atau setara dengan kurang lebih 12 tahun. Sehingga sudah memiliki banyak pengalaman dan memiliki relasi dengan media secara luas. Memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengelola *management* humas di perguruan tinggi
- b. Fitriana sebagai staff Humas UMBY dengan masa kerja di bagian Humas UMBY selama kurang lebih 5 tahun. Sehingga sudah memiliki banyak pengalaman dalam menerapkan manajemen humas dan memiliki banyak relasi media untuk memperlancar kegiatan humas di perguruan tinggi.

1.6. Jenis Data

Sumber data yang dapat diperoleh peneliti terbagi atas dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal dari pihak pertama secara langsung yang telah melalui proses wawancara, diskusi dan lain-lain. Pada penelitian ini sumber data primer adalah didapat dari hasil wawancara dengan Bapak Widarta, SE., MM selaku kepala bagian Humas Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan Staff Humas UMBY yakni Ibu Fitriana keduanya memiliki tanggung jawab dan terlibat langsung dengan pelaksanaan aktivitas Public Relations dalam meningkatkan citra positif.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain yang telah tersedia sebelum adanya penelitian ini, dengan kata lain data sekunder juga dapat diartikan sebagai sumber yang berasal dari hasil pengolahan data lebih lanjut dari data primer yang telah dikonversikan dalam bentuk lain atau dari pihak lain. Sumber data sekunder dalam proses penelitian ini dapat diperoleh melalui buku, jurnal, penelitian terdahulu yang memiliki topik yang relevan, internet, karya ilmiah, artikel dan sumber lainnya yang dapat dijadikan referensi untuk mendukung penelitian ini.

1.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan.⁷ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam proses penelitian ini ada tiga tahap yaitu :

a. Observasi

Observasi merupakan tindakan yang dilakukan langsung oleh peneliti di lokasi penelitian untuk mengamati hal-hal yang berkaitan langsung dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Pada penelitian ini untuk mengkaji dan mengetahui manajemen Public Relations dalam meningkatkan citra positif dan reputasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta di era digital, maka peneliti akan melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan Public Relations pada aktivitas meningkatkan citra positif.

b. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan percakapan yang dilakukan secara langsung direncanakan antara pewawancara dan yang diwawancarai untuk memberikan atau menerima informasi tertentu. Pada penelitian ini, peneliti berperan sebagai pewawancara. Pada tahap ini, peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada kepala bagian Humas Universitas Mercu Buana Yogyakarta Widarta, SE MM, Staff Humas Universitas Mercu Buana Yogyakarta

⁷ Mamik, *Metodologi Kualitatif*, ed. by Anwar Choiroel, Cetakan Pe (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015)
<https://books.google.co.id/books?id=TP_ADwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>.

Fitriana sebagai terwawancara supaya dapat menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Tujuan dari dilakukan proses wawancara ini adalah supaya peneliti mendapatkan data yang mendalam dan valid dari pihak yang ingin diteliti.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif sumber data diperoleh dari manusia melalui tahap observasi dan wawancara. Namun sumber lain yang bukan berasal dari manusia diantaranya buku harian, notula rapat, laporan berkala, jadwal kegiatan, anggaran dasar, surat-surat resmi, dan lain sebagainya yang mendukung pada penelitian tersebut. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan sumber data dokumen yang sudah ada di divisi Public Relations Universitas Mercu Buana Yogyakarta sebagai pendukung dan memperkuat validitas data supaya dapat melengkapi penelitian ini.

1.8. Teknik Analisis Data

Proses teknik analisa data pada penelitian ini terdapat tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁸

- a. Reduksi data merupakan pengertian dari merangkum atau meringkas dengan cara memilih hal-hal yang pokok, mengerucutkan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Pada penelitian ini reduksi

⁸ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. by Ayup, Pertama (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)
<https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>.

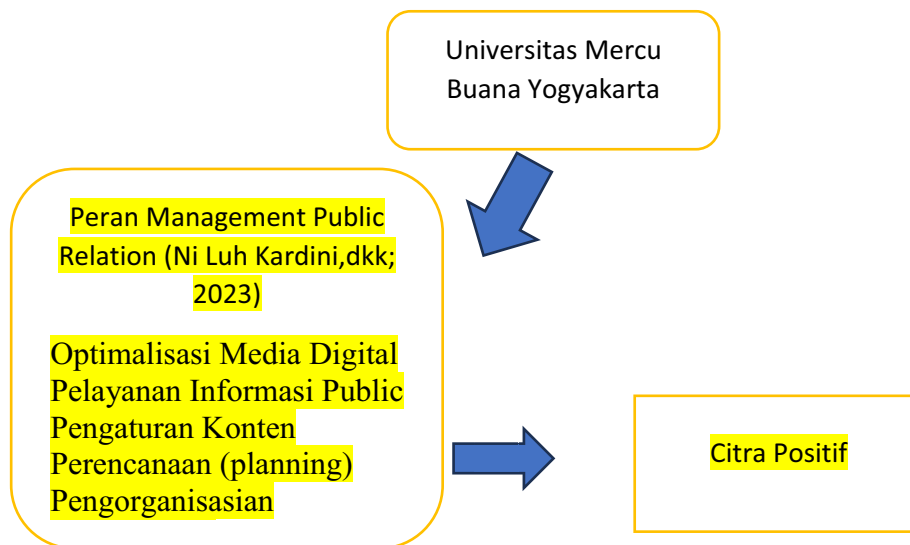
data akan memfokuskan pada aktivitas Public Relations dalam meningkatkan citra positif di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Proses tersebut akan dilaksanakan selama jam operasional atau jam kerja kantor. Data yang akan dikumpulkan adalah data berupa rencana kegiatan, dan penatalaksanaan aktivitas yang dilakukan oleh staff divisi Public Relations untuk meningkatkan citra positif.

b. Setelah dilakukan tahap reduksi, langkah selanjutnya yang akan dilakukan adalah menyajikan data. Pada penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang mampu memberi penarikan kesimpulan yang berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penelitian ini akan menyajikan data mengenai aktivitas Public Relations dalam meningkatkan citra positif. Data tersebut diambil dari hasil observasi, wawancara, serta aktivitas Public Relations dalam meningkatkan citra positif.

c. Tahap terakhir pada analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan bisa berubah apabila tidak adanya penemuan bukti yang akurat untuk mendukung pada tahapan pengumpulan data selanjutnya. Namun apabila kesimpulan yang diterangkan pada tahap awal sudah didukung dengan bukti yang kuat, ketika peneliti kembali ke lokasi penelitian, maka

kesimpulan yang dijelaskan dapat menjadi kesimpulan yang kredibel. Dalam penelitian ini, data mengenai aktivitas Public Relations untuk meningkatkan citra positif akan dikaji lebih dalam untuk memperoleh kesimpulan.

1.9. Kerangka Konsep (Ni Luh Kardini,dkk; 2023 : 4)



1.9.1. Definisi Konsep

Peran manajemen Public Relations di perguruan tinggi merupakan serangkaian kegiatan dan strategi yang dirancang untuk membangun, mengelola, dan meningkatkan citra positif Universitas Mercu Buana Yogyakarta di mata publik, termasuk mahasiswa, tenaga kependidikan, alumni, media, dan masyarakat umum. Peran manajemen Public Relations menurut Ni Luh Kardini,dkk (2023) merupakan suatu proses pelaksanaan kegiatan kehumasan. Dalam era digital, seluruh pengelolaan aktivitas penelitian meliputi :

A. Optimalisasi Media Digital

Optimalisasi media digital dalam kegiatan peran manajemen public relations merujuk pada upaya pemanfaatan teknologi dan platform digital secara efektif guna membangun, mengelola, dan meningkatkan citra positif. Hal ini melibatkan penggunaan media sosial, website, dan alat digital lainnya yang mendukung untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dan menyebarkan informasi secara efisien.

B. Pelayanan Informasi Publik

Pelayanan informasi publik merupakan salah satu kegiatan peran manajemen public relations yang utama untuk menyediakan informasi yang akurat, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Maka seorang public relations yang profesional, di era digital ini seyogyanya mampu untuk memberikan layanan informasi publik melalui sara media digital untuk efisien waktu, dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat membantu publik memahami kebijakan, program, atau kegiatan yang diselenggarakan, serta membangun hubungan yang positif dengan masyarakat. Sehingga hal ini bisa mengantisipasi adanya *human error*, dan mendongkrak kredibilitas Universitas Mercu Buana Yogyakarta untuk meningkatkan citra positif.

C. Pengaturan Konten

Sebagai seorang humas, memiliki strategi untuk mengatur pembuatan konten yang melibatkan adanya perencanaan, produksi, dan pengelolaan konten yang nantinya akan dipublikasikan melalui berbagai saluran komunikasi yang dimiliki oleh Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

D. Perencanaan (planning) dan Pengorganisasian (Organizing)

Kegiatan manajerial tentu harus memiliki perencanaan dan pengorganisasian yang berfungsi dalam penetapan standar dan tujuan yang ingin dicapai. Kedua hal ini tentu melibatkan pengembangan strategi dan rencana aksi untuk mencapai tujuan.

1.9.2. Definisi Operasional

Berdasarkan definisi konsep di atas, terdapat empat elemen peran manajemen public relations yang diterapkan oleh Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Adapun empat elemen tersebut yang akan digunakan acuan pada penelitian ini, diantaranya yaitu :

- A. Optimalisasi Media Digital, merupakan kegiatan manajerial untuk menyebarkan informasi dengan baik melalui media digital. Sarana komunikasi penyebaran informasi yang dapat dilakukan, melalui website, media sosial, dan kanal media lain. Hal ini dilakukan untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara efisien, dan meningkatkan citra positif. Dengan strategi yang tepat, media digital dapat menjadi alat yang efisien, dan praktis, serta akurat untuk mengukur opini publik maupun mengidentifikasi tren, serta menanggapi isu-isu secara *real-time*.
- B. Pelayanan Informasi Publik, Merupakan kegiatan manajerial yang dilakukan oleh Humas UMBY untuk memberikan pelayanan informasi publik menggunakan media digital untuk pemenuhan kebutuhan informasi publik. Dalam hal ini mencakup penyusunan

siaran pers, penyelenggaraan konferensi pers, dan pembuatan bahan publikasi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi publik. Sarana yang diunakan untuk pelayanan informasi publik antara lain, website, media sosial instagram, dan kanal media lain yang mendukung.

- C. Pengaturan Konten, seorang humas tentu memiliki kewenangan untuk membuat konten. Adapun proses pengaturan konten ini melibatkan perencanaan, proses peliputan, pembuatan, dan pengelolaan konten yang akan dipublikasikan melalui saluran komunikasi. Hal ini bertujuan untuk menyampaikan pesan yang konsisten, relevan, dan menarik yang mencerminkan nilai dan citra positif. Bentuk konten yang di buat mencakup pembuatan artikel, posting media sosial, dokumentasi kegiatan, dan materi komunikasi lainnya yang dirancang untuk menarik perhatian audiens.
- D. Perencanaan dan Pengorganisasian, dalam pran manajemen public reations proses pengembangan strategi dan rencana tindakan termasuk dalam proses mengatur sumber daya, waktu, dan kegiatan untuk memastikan pelaksanaan rencana komunikasi yang efisien dan eektit. Hal ini mencakup analisis situasi, penetapan tujuan, identifikasi target audiens, dan pemeliharaan saluran komunikasi yang tepat.