

# Evaluasi Kegiatan *Employee Gathering* 2017 Lombok Epicentrum Mall Nusa Tenggara Barat

Devy Caroline Harianto, Titi Nur Vidyarani, Yustisia Ditya Sari, Prodi Ilmu  
Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*Devycaroline96.dc@gmail.com*

## Abstrak

*Gathering* merupakan salah satu kegiatan *Employee Relations*. Kegiatan ini merupakan cara untuk menjalin hubungan baik antara pimpinan dengan karyawan. Tujuannya agar karyawan termotivasi sehingga berdampak pada kinerja. Berdasarkan pengamatan dari manajemen, kegiatan *employee gathering* 2017 dinilai tidak memberikan dampak pada 50 persen karyawannya. Jumlah karyawan PT. Sriwijaya Propindo Utama sebanyak 75 orang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, metode audit mini komunikasi, dan dengan teknik pengumpulan data wawancara. Setelah melakukan evaluasi pada kegiatan *Employee Gathering* 2017, peneliti menemukan beberapa titik rawan. Pertama, tidak adanya dasar yang jelas yang digunakan dalam penyusunan tujuan kegiatan seperti visi dan misi perusahaan. Kedua, kegiatan ini dilepas sepenuhnya kepada *EO* tanpa pengawasan dan koordinasi dari HRD, sehingga *EO* memegang andil penuh dalam kegiatan. Ketiga, tujuan kegiatan tidak disampaikan kepada *EO* sehingga memunculkan perbedaan pemahaman. Keempat, tidak dilakukannya evaluasi untuk menilai keberhasilan kegiatan hanya evaluasi pada *budget* saja. Hal ini lah yang menyebabkan kegiatan ini tidak memberikan dampak pada 50 persen karyawan.

**Kata Kunci:** Evaluasi, Kegiatan *Employee Gathering*, Lombok Epicentrum Mall, Audit Mini Komunikasi, Lombok

## Pendahuluan

Sofia, selaku HRD menjelaskan bahwa dalam upaya membangun hubungan yang baik maka diperlukan komunikasi yang baik antar karyawan. Komunikasi yang terjalin antara para karyawan tidak selalu dengan cara yang formal, namun bisa juga secara informal seperti pembicaraan santai antara para karyawan (wawancara pribadi dengan Sofia, HRD, 9 Februari 2018). Seitel (2011) mengatakan bahwa komunikasi internal merupakan penyampaian informasi kepada karyawan dan atasan melalui berbagai cara (p.32). Tujuan dari komunikasi internal adalah untuk memfasilitasi proses perekrutan dan memelihara pekerja berkualitas tinggi yang mampu memberikan kontribusi positif terhadap kegiatan organisasi (Beard, 2004, p.18).

Dalam rangka mewujudkan visi perusahaan yaitu memberikan pelayanan yang terbaik untuk seluruh mitra kerja maka departemen *Human Resources* Lombok

Epicentrum Mall mengadakan kegiatan *Employee Gathering* yang merupakan salah satu kegiatan dalam program *Employee Relations*. Hal ini diatur kedalam Peraturan Perusahaan pasal 55 (3) berbunyi “rekreasi bersama bagi karyawan diadakan setiap tahun, yang besaran biayanya ditetapkan dengan keputusan perusahaan, diselenggarakan oleh *General Affair*.” Kegiatan *Employee Gathering* ini dikembangkan oleh departemen HRD namun dengan persetujuan dan keterlibatan dari *General Manager* Lombok Epicentrum Mall juga. Cutlip, Center & Broom mendefinisikan *employee relations* sebagai bagian khusus dari *Public Relations* yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi menggantungkan kesuksesannya (2009, p.11).

Melalui kegiatan *Employee Gathering* ini Salim Abdad, *General Manager* Lombok Epicentrum Mall berharap agar tiap karyawan mampu bekerjasama dengan baik, mampu meningkatkan *sense of belonging* karyawan, administrasinya dapat diperbaiki, semakin meningkat dari segi komunikasi, hubungan, dan keterbukaan dalam menyampaikan ide-ide serta keluhannya agar tidak menghilang begitu saja dari perusahaan (wawancara pribadi dengan Salim Abdad, *General Manager*, 15 Maret 2018).

Pada *employee gathering* di tahun 2017 ini, Lombok Epicentrum Mall dibantu oleh lembaga yang menyusun seluruh kegiatan untuk para karyawan. Hal ini dilakukan agar semua karyawan dapat menikmati keseluruhan acara yang ada dan mampu membaaur dengan anggota karyawan lainnya (wawancara pribadi dengan Salim Abdad, *General Manager*, 15 Maret 2018). Tujuan kegiatan ini adalah untuk menumbuhkan rasa kekeluargaan antara perusahaan dengan karyawannya, meningkatkan hubungan interpersonal antar karyawan, dan sebagai proses penyegaran dari rutinitas keseharian.

Berdasarkan pengamatan dari Salim Abdad, selaku *General Manager*, dikatakan bahwa kegiatan *Employee Gathering* ini memberikan dampak kepada 50 persen karyawan saja, sisanya belum mengalami dampak signifikan. Meskipun demikian, kegiatan ini belum pernah dilakukan evaluasi. Maka dari itu, peneliti merasa penting untuk dilakukan evaluasi untuk kegiatan *Employee Gathering* 2017 ini. Gregory (2004) mengatakan bahwa *Public Relations* harus melakukan evaluasi sebagai bentuk pertanggungjawaban, serta dapat memudahkan *Public Relations* dalam mengendalikan kegiatan *Public Relations*, karena evaluasi dapat membantu dalam menangkap tanda-tanda bahaya sebelum masalah itu sendiri berkembang, serta membantu membuktikan nilai yang dimiliki (p.139).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode audit mini komunikasi. Audit mini komunikasi merupakan salah satu cara untuk menemukan titik rawan, mendokumentasikan dan menguji program dan prosedur kerja, mendapatkan umpan balik, dan membuat berbagai rekomendasi. Tujuan melakukan audit mini adalah meningkatkan kinerja program komunikasi (Hardjana, 2000, p.145).

Berdasarkan pemaparan fenomena diatas, peneliti menetapkan untuk melakukan evaluasi kegiatan *employee gathering* 2017 Lombok Epicentrum Mall Nusa

Tenggara Barat. Evaluasi akan dilakukan dengan pendekatan kualitatif, dengan metode audit mini komunikasi. Dalam audit mini komunikasi, ada empat aspek penting yang akan di evaluasi, yaitu manajemen, organisasi, kegiatan komunikasi dan umpan balik (Hardjana, 2000, p.146)

## Tinjauan Pustaka

### **Konsep *Public Relations***

Menurut Cutlip, Center dan Broom, *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya) (Soemirat & Ardianto, 2007, p.13). Yang dimaksud publik adalah kelompok yang hampir selalu penting bagi organisasi adalah publik/masyarakat (*publics*) dan umumnya didefinisikan dalam hal keterkaitan mereka secara organisasi, termasuk media, pekerja, pegawai, pemerintah, pemimpin masyarakat, dan analisis keuangan (Morissan, 2008, p,161).

### **Karyawan Sebagai Publik Penting**

Jeffkins (2004) mendefinisikan karyawan atau pegawai sebagai semua orang yang bekerja pada atau menunjang suatu organisasi, yaitu pucuk pimpinan (pihak manajemen) dan para eksekutif; petugas gudang, pabrik; staf kantor dan administrasi; staf divisi pelayanan dan penjualan; dan staf-staf lainnya (p.83). Sedangkan Kasali (2009) mengatakan bahwa publik internal ini mencakup karyawan, keluarga karyawan, manajer, dan para pemegang saham/investor (p.11).

### ***Employee Relations***

Cutlip, Center & Broom (2009) mendefinisikan *employee relations* sebagai bagian khusus dari *Public Relations* yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi menggantungkan kesuksesannya (p.11). Sedangkan, Effendy (2009) mengatakan *employee relations* adalah “komunikasi persuasive” yang dilakukan seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (*work-situation*) dan dalam organisasi kerja (*work organization*) dengan tujuan untuk menggugah semangat dalam bekerja dengan kerja sama yang produktif dengan perasaan positif (p.50).

### ***Employee Gathering* Bagian dari Program *Employee Relations***

Hasibuan (2013) mendefinisikan *Gathering* sebagai salah satu kegiatan yang dirancang untuk *refreshing* bersama guna menjalin suatu relasi serta menjaga hubungan baik antara sesama karyawan dalam perusahaan atau organisasi, mempererat kerja sama antara sesama karyawan perusahaan dan organisasi, dan menghilangkan beban pekerjaan yang selama ini dilakukan (p.151).

## Evaluasi sebagai Tahapan Program PR

Gregory (2004) mengatakan bahwa *Public Relations* harus melakukan evaluasi sebagai bentuk pertanggungjawaban, serta dapat memudahkan *Public Relations* dalam mengendalikan kegiatan *Public Relations*, karena evaluasi dapat membantu dalam menangkap tanda-tanda bahaya sebelum masalah itu sendiri berkembang, serta membantu membuktikan nilai yang dimiliki. Oleh sebab itu, evaluasi didefinisikan sebagai suatu proses untuk memantau dan menguji, serta merupakan analisis terhadap hasil akhir dari suatu kampanye atau program (p.139).

## Audit Mini Komunikasi

Audit mini komunikasi sebagaimana dijelaskan oleh Hardjana (2000) merupakan salah satu cara untuk menemukan titik rawan, mendokumentasikan dan menguji program dan prosedur kerja, mendapatkan umpan balik, dan membuat berbagai rekomendasi. Tujuan melakukan audit mini adalah meningkatkan kinerja program komunikasi.

Dalam audit mini komunikasi terdapat empat aspek penting, yaitu (1) manajemen, meliputi pandangan dan kebijakan; (2) organisasi, meliputi prosedur kerja, sistem, dan sumber daya; (3) kegiatan komunikasi, meliputi komunikasi internal dan eksternal serta bentuk lisan dan non lisan (tertulis); (4) Umpan balik, meliputi saluran, frekuensi dan hasil yang diperoleh (Hardjana, 2000, p.146)

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode audit mini komunikasi. Dalam audit mini komunikasi terdapat empat aspek penting, yaitu (1) manajemen, meliputi pandangan dan kebijakan; (2) organisasi, meliputi prosedur kerja, sistem, dan sumber daya; (3) kegiatan komunikasi, meliputi komunikasi internal dan eksternal serta bentuk lisan dan non lisan (tertulis); (4) Umpan balik, meliputi saluran, frekuensi dan hasil yang diperoleh (Hardjana, 2000, p.146).

### *Subjek Penelitian*

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah para karyawan Lombok Epicentrum Mall yang telah mengikuti kegiatan *employee gathering* Lombok Epicentrum Mall tahun 2017. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah “kegiatan *employee gathering* Epicentrum Mall Lombok Nusa Tenggara Barat tahun 2017” yang dilaksanakan oleh perusahaan dan berkaitan dengan para karyawannya. Adapun tujuh informan dalam penelitian ini adalah Salim Abdad, General Manager Lombok Epicentrum Mall; Sofia, HRD Lombok Epicentrum Mall; Yanti, Manager HRD Lombok Epicentrum Mall; Yeri, *Event Organizer* kegiatan *Employee Gathering* 2017; Tubagus Dedi; Dadit Ujayana; Karyawan X.

### *Analisis Data*

Analisis data dalam penelitian ini berdasarkan tiga tahapan dalam analisis. Sugiyono (2010) memaparkan Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*), dan Menarik Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing or Verification*) (p. 246-252).

## **Temuan Data**

Berikut adalah hasil temuan data yang peneliti dapatkan mengenai Evaluasi Kegiatan *Employee Gathering* 2017 Lombok Epicentrum Mall. Adapun hasil temuan ini terbagi ke dalam empat aspek penting audit mini komunikasi.

### **Aspek Manajemen**

Perusahaan memandang karyawan sebagai asset penting perusahaan yang harus di jaga. Dalam memperhatikan kualitas mitra kerjanya, perusahaan membuat kebijakan yang tertuang dalam Peraturan Perusahaan Pasal 55 ayat 3, berbunyi rekreasi bersama bagi karyawan diadakan setiap tahun, yang besaran biayanya ditetapkan dengan keputusan perusahaan, diselenggarakan oleh *General Affair*. Salah satu latar belakang kegiatan ini adalah adanya *gap* antar departemen dalam berkomunikasi intens yang harus dimediasi oleh *General Manager*. Kegiatan *Employee Gathering* bertujuan untuk kebersamaan, mengehai kemampuan karyawan. Tujuan ini dibentuk dengan mengacu kepada perbaikan-perbaikan dan Peraturan Perusahaan yang sudah ada.

### **Aspek Organisasi**

Peneliti menemukan bahwa kegiatan *Employee Gathering* merupakan tanggung jawab HRD namun dengan persetujuan *General Manager*. Adapun alur dalam penyusunan kegiatan ini yaitu HRD membuat usulan RAB *Employee Gathering*, membuat jadwal *employee gathering* 2017, dipresentasikan pada *meeting* besar *manager*, EO sudah ditentukan, menyerahkan disposisi ke perusahaan, melaksanakan kegiatan. Dalam merencanakan kegiatan, HRD memperkerjakan EO yaitu Lembaga Psikologi Humanity. Konsep yang diminta dari perusahaan adalah kegiatan dibuat 80 persen menyenangkan dan 20 persen disiplin.

### **Aspek Kegiatan Komunikasi**

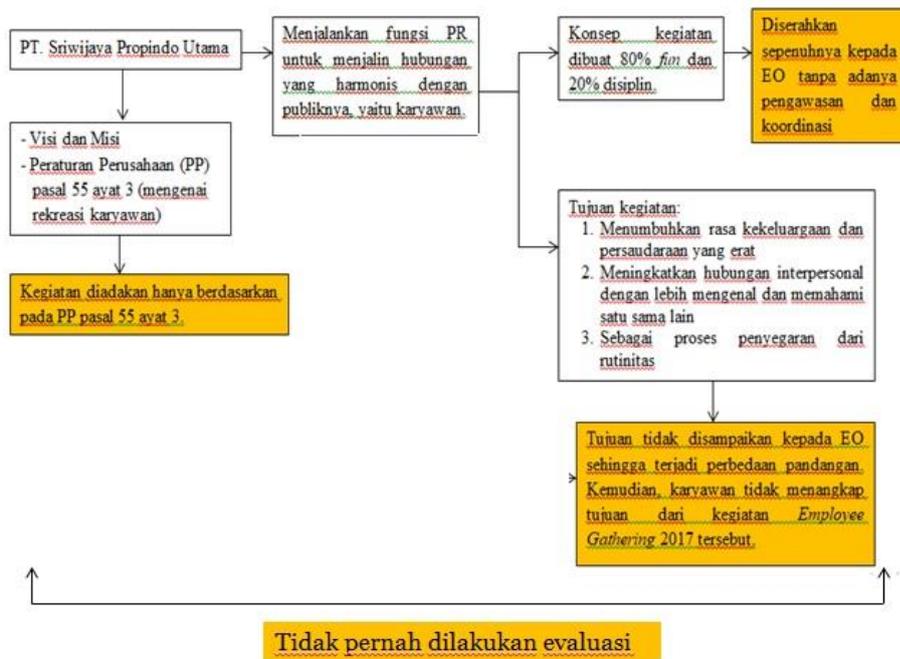
Dalam aspek kegiatan komunikasi ini, peneliti menemukan bahwa kegiatan ini diinformasikan melalui e-mail dan mading h-2 minggu sebelum kegiatan ke seluruh karyawan. Informasi tersebut berisi pembagian karyawan dalam dua kloter. Karyawan yang tidak dapat hadir pada kloter 1 akan dikirimkan e-mail kembali agar dapat hadir pada kloter 2. Karyawan yang tidak hadir pada kloter 1 sebanyak 4 orang, kemudian pada kloter 2 sebanyak 8 orang. Karyawan yang tidak hadir harus membuat surat pernyataan, akan tetapi dari sekian banyak karyawan hanya satu yang membuat surat, sisanya tidak ada. Alasan ketidakhadiran karyawan dalam kegiatan karena bertugas di *mall* dan urusan pribadi.

**Aspek Umpan Balik**

Dalam aspek umpan balik ini, peneliti menemukan bahwa perusahaan belum pernah melakukan evaluasi terhadap kegiatan. Beberapa karyawan merasa kegiatan ini dapat mempererat tali persaudaraan. Sedangkan Tubagus mengatakan bahwa kegiatan ini kurang menekankan pada tujuannya, sehingga esensinya tidak ditangkap dengan baik. Masukan dari karyawan adalah agar kegiatan ini bisa diperluas menjadi *family gathering*, adanya penjelasan mendalam tentang pencapaian dan target perusahaan, kemudian penyelenggaraan kegiatan dapat disusun oleh internal perusahaan sendiri.

**Analisis dan Interpretasi**

Pada bagian ini, peneliti melakukan analisis terhadap Evaluasi Kegiatan *Employee Gathering 2017* Lombok Epicentrum Mall Nusa Tenggara Barat. Adapun hasil evaluasi dan interpretasi ini dapat di lihat melalui bagan berikut:



Bagan 4.5 Alur Evaluasi Kegiatan *Employee Gathering 2017*

Berdasarkan bagan di atas, peneliti mengelompokkan analisis dan interpretasi ini ke dalam aspek-aspek audit mini komunikasi, yaitu aspek manajemen, organisasi, kegiatan komunikasi dan umpan balik.

**Aspek Manajemen**

Tujuan dari sebuah kegiatan harus disesuaikan juga dengan tujuan dari organisasi. Hal ini dapat memberikan gambaran bagi perusahaan dalam menentukan hasil yang signifikan. Saat ini peneliti melihat bahwa PT. Sriwijaya Propindo Utama belum memiliki tolok ukur yang jelas. Hal ini dapat disebabkan karena tujuan tidak disesuaikan lagi dengan tujuan dari organisasi. Maka dari itu, titik rawan

yang peneliti temukan dalam aspek manajemen ini adalah tidak adanya dasar yang jelas dalam penyusunan tujuan kegiatan *Employee Gathering* 2017. Sesuai dengan pernyataan Sofia di atas yang mengatakan bahwa kegiatan ini dilakukan untuk menjawab Peraturan Perusahaan yang mengharuskan adanya rekreasi setiap tahunnya. Visi dan misi yang belum dituangkan secara tertulis dan disebarluaskan secara menyeluruh ini menyebabkan HRD berjalan tanpa dasar yang jelas dan tidak memiliki tolok ukur yang pasti untuk mengukur keberhasilan dari kegiatan *Employee Gathering* 2017.

### **Aspek Organisasi**

Keterlibatan HRD dalam perencanaan kegiatan *Employee Gathering* ini sebenarnya menjadi kunci penting untuk keberhasilan kegiatan ini. Bagaimanapun juga kegiatan ini merupakan tanggung jawab departemen HRD untuk mencapai tujuan kegiatan yang telah disusun. Peneliti melihat titik rawan dalam aspek organisasi ini adalah pada kurangnya keterlibatan HRD dalam perencanaan kegiatan *Employee Gathering* 2017. HRD memberikan kepercayaan penuh pada EO untuk mengembangkan kegiatan tersebut. Kemudian, EO juga tidak diberikan penjelasan secara pasti mengenai tujuan dari kegiatan *Employee Gathering* 2017. Hal ini menyebabkan penyusunan kegiatan tersebut didasarkan atas asumsi EO terhadap kegiatan *Employee Gathering* pada umumnya yaitu untuk kerja sama dan pengenalan.

### **Aspek Kegiatan Komunikasi**

Peneliti melihat bahwa titik rawan dalam aspek ini terletak pada dua hal. Pertama, kurangnya antisipasi dari HRD menyikapi karyawan yang beralasan bertugas sehingga tidak menghadiri kegiatan *Employee Gathering* 2017. Mengingat bahwa kegiatan ini diwajibkan oleh perusahaan. Kedua, makna *games* yang termuat tujuan kegiatan tidak dikomunikasikan kepada karyawan. Hal ini menyebabkan muncul ketidakpastian atau tanda tanya dalam diri karyawan sehingga muncul kesimpulan bahwa permainan-permainan tersebut kurang memiliki esensi.

### **Aspek Umpan Balik**

Dalam aspek umpan balik ini tentunya ada pro dan kontra. Ada karyawan yang menilai baik keseluruhan kegiatan ini. Bukan berarti dengan begitu setiap masukan dari karyawan yang kontra tidak dengarkan. Akan tetapi, masukan-masukan tersebut dapat dijadikan pertimbangan oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan selanjutnya. Suranto (2005) mengatakan bahwa komunikasi internal menjadi sarana terbentuknya rasa saling percaya antara karyawan dan manajemen. Manajemen yang mau mendengarkan masukan dari karyawannya seperti membuka jalan percaya karyawan kepada perusahaan. Dengan begitu, karyawan merasa dirinya dihargai dan didengarkan oleh perusahaan yang mana ini juga mampu mendorong motivasi dan semangat kerja karyawan. Selain itu, komunikasi karyawan yang efektif akan memperoleh karyawan yang semakin puas dan lebih produktif, meningkatnya pencapaian tujuan organisasi, serta alam terjadi peningkatan dalam berhubungan (Lattimore, et. al, 2010, p. 231).

## Simpulan

Kegiatan *Employee Gathering* telah dibuat secara khusus sejak tahun 2016. Departemen *Human Resources* bertanggung jawab penuh untuk perencanaan serta perkembangan kegiatan ini. Kegiatan *Employee Gathering 2017* ini ditujukan kepada seluruh karyawan yang ada di PT. Sriwijaya Propindo Utama dan bersifat wajib. Dalam penelitian ini, evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode audit mini komunikasi yang dijelaskan dalam empat aspek, yaitu aspek manajemen, aspek organisasi, aspek komunikasi, dan aspek umpan balik.

Dalam aspek manajemen, kegiatan *Employee Gathering* ini dirancang dengan berlandaskan pada Peraturan Perusahaan pasal 55 ayat 3 yang mengatur bahwa setiap tahunnya harus diadakan rekreasi bersama dengan karyawan. Kebijakan ini lahir dari HRD namun tetap dengan persetujuan dari manajemen. Kegiatan ini lahir karena manajemen melihat bahwa ada *gap* di antara karyawan yang memunculkan proses koordinasi yang tidak efektif antar departemen. Sehingga manajemen merasa perlu untuk dilakukan suatu kegiatan dimana karyawan dapat dipersatukan secara bersama-sama. Adapun titik rawan yang ditemukan dalam aspek ini adalah tidak adanya dasar yang jelas dalam penyusunan kegiatan *Employee Gathering 2017*. Kegiatan ini hanya didasarkan pada PP pasal 55 ayat 3 yang tidak memberikan gambaran secara jelas dalam penyusunan tujuannya.

Dalam aspek organisasi, HRD bekerja sama dengan Lembaga Psikologi Humanis (EO) dalam merencanakan kegiatan *Employee Gathering 2017*. Pengonsepan kegiatan ini diserahkan sepenuhnya kepada EO. Titik rawan dalam aspek organisasi ini adalah kurangnya keterlibatan HRD dalam perencanaan kegiatan *Employee Gathering 2017*. HRD memberikan kepercayaan penuh pada EO untuk mengembangkan kegiatan tersebut. Kemudian, EO juga tidak diberikan penjelasan secara pasti mengenai tujuan dari kegiatan *Employee Gathering 2017*. Hal ini menyebabkan penyusunan kegiatan tersebut didasarkan atas asumsi EO terhadap kegiatan *Employee Gathering* pada umumnya yaitu untuk kerja sama dan pengenalan.

Dalam aspek komunikasi, penyebaran informasi kegiatan *Employee Gathering 2017* disebarkan secara tepat waktu. Kegiatan ini terdiri dari sebagian besar *games* dan pemberian *reward* kepada karyawan disiplin. Pada saat kegiatan ini berlangsung, tercatat 10 dari 75 karyawan tidak menghadiri kegiatan ini. Alasan ketidakhadiran tersebut sangat beragam dan sebagian besar dari karyawan tidak hadir karena tidak ada motivasi dari diri sendiri. Adapun titik rawan dalam aspek ini adalah kurangnya aksi dari HRD untuk mengatasi masalah ini sehingga karyawan yang tidak hadir tersebut tidak menjadi masalah bagi perusahaan. Kemudian, tidak ada pengkomunikasian makna *games*, dimana berisi pesan dari tujuan kegiatan. Sehingga menyebabkan karyawan tinggal dalam asumsi mereka sendiri.

Dalam aspek umpan balik, karyawan memberikan masukan serta hal yang didapatkan melalui kegiatan *Employee Gathering 2017*. Titik rawan dalam aspek ini adalah tidak adanya wadah bagi karyawan untuk menyampaikan penilaian atau

aspirasinya untuk kegiatan yang telah diadakan. Hal ini menjadikan karyawan bersikap pasif kepada perusahaan.

## Daftar Referensi

- Seitel, F.P. (2004). *The Practice of Public Relations*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Beard, M. (2004). *Manajemen Departemen Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Cutlip, S.M., Center, A.H. & Broom, G.M. (2009). *Effective Public Relations 9<sup>th</sup> ed.* Jakarta: Prenada Media Group.
- Gregory, A. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations. 2<sup>nd</sup> ed.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hardjana, A. (2000). *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo.
- Jefkins, F & Yadin, D. (2004). *Public Relations Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Soemirat, S., Ardianto, E. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya
- Kasali, R. (2009). *Manajemen Public Relations konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Effendy, O.U. (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S.T.,Toth, E.L. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika