



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 12925-12943

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Peran Humas Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Sebagai Peraih Gold Winner Lembaga Hubungan Masyarakat Terbaik 2023

Ida Ayu Atrisia Wikana Amunika<sup>1✉</sup>, Intan Primasari<sup>2</sup>

Universitas Telkom

Email: [atrisiaamunika@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:atrisiaamunika@student.telkomuniversity.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi peran Hubungan Masyarakat (Humas) Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Indonesia sebagai pemenang Gold Winner Lembaga Hubungan Masyarakat Terbaik pada tahun 2023. Melalui metode pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi untuk melihat apa saja peran Humas sebagai pemenang Lembaga kehumasan terbaik. Narasumber penelitian terdiri dari informan kunci, informan ahli dan informan pendukung sebagai penguat dasar pada penelitian ini. Hasil penelitian didapatkan 5 peran Humas atau disebut dengan program PR BPOM mencakup publikasi informasi publik dan kinerja BPOM, orkestrasi agenda setting, pelayanan informasi kepada media, strategi komunikasi kehumasan, dan program tangkis hoax. Penelitian ini menghubungkan peran-peran tersebut dengan konsep peran Humas menurut Dozier & Broom serta Excellence Theory menurut Grunig. Temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi peran-peran tersebut oleh Humas BPOM konsisten dengan teori-teori yang disebutkan, yang mendorong pencapaian status Gold Winner sebagai lembaga hubungan masyarakat terbaik.

Kata Kunci: *Gold Winner Lembaga Humas Terbaik, Hubungan Masyarakat, Peran Humas*

## Abstract

This research explores the role of Public Relations (PR) of the Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) as a Gold Winner of the Best Public Relations Agency in 2023. Through the descriptive qualitative approach method, this research uses interviews and observations to see what the role of Public Relations is as the winner of the Best Public Relations Institution. Research sources consist of key informant, expert informant and supporting informant as basic reinforcement in this study. The results of the research identified five PR roles called the 'Program PR BPOM' including publication of public information and BPOM performance, agenda setting orchestration, information services to the media, public relations communication strategies, and hoax catcher programs. This research links these roles with the concept of PR roles according to Dozier & Broom and Excellence Theory by Grunig. Findings indicate that the implementation of these roles by BPOM's PR department aligns with these theories, that the implementation of these roles by BPOM's PR is consistent with the theories, which encourages the achievement of Gold Winner status as the best public relations agency.

Keywords: *Gold Winner Best Public Relations Institution, Public Relations, Public Relations Roles*

## PENDAHULUAN

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terpilih sebagai Gold Winner kategori Lembaga Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintah Terbaik, Sub Kategori Lembaga Pemerintah Pusat/Negara pada The 1st Indonesia Government Public Relations (GPR) Awards 2023 (IGA 2023) yang diselenggarakan oleh Humas Indonesia.

The 1st Indonesia Government Public Relations (GPR) Awards (IGA Awards) adalah ajang penghargaan dalam bidang kehumasan yang diselenggarakan khusus untuk mengapresiasi kinerja para praktisi humas melalui karya-karya program komunikasi kehumasan. Ajang penghargaan ini terbuka untuk humas pemerintahan seperti kementerian, pemerintah daerah, BUMN, lembaga, perguruan tinggi negeri, anak usaha BUMN dan BUMD, juga RSUP/RSUD. Tujuan utama Humas Indonesia mengadakan ajang ini adalah mengukur optimalisasi kinerja pada humas pemerintahan di Indonesia, mengingat pada saat ini Humas memegang peranan penting dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintahan di Indonesia. Humas dalam lembaga pemerintahan berfungsi untuk memberi informasi masyarakat tentang layanan, produk, dan program yang dirancang oleh pemerintah.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) merupakan lembaga pemeritah non kementerian di Indonesia yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan pada hal pengawasan terhadap obat-obatan dan makanan. BPOM berupaya memastikan produk-produk makanan dan obat-obatan aman untuk dikonsumsi kemudian mengkomunikasikannya dengan publik. Untuk komunikasi yang maksimal

dengan publiknya, BPOM memerlukan peranan Hubungan Masyarakat (Humas) dalam implementasinya yang dalam hal ini diperankan oleh Biro Hubungan Masyarakat (Humas) BPOM. Adapun tugas dan fungsi Biro Humas BPOM sesuai dengan PerBPOM No. 21 Tahun 2020, sebagai berikut:

1. Menyiapkan dan mengkoordinasikan dukungan administrasi berupa pelaksanaan kerja sama dalam negeri dan kerja sama luar negeri bilateral, selatan-selatan, triangular, regional, dan multilateral dalam hal pengawasan obat dan makanan;
2. Mengkoordinasikan dan memfasilitasi hubungan kerja sama dalam negeri dan kerja sama luar negeri bilateral, selatanselatan, triangular, regional, dan multilateral dalam hal pengawasan obat dan makanan;
3. Menyiapkan koordinasi juga mengelola hubungan masyarakat, publikasi, dan opini publik; serta
4. Melaksanakan urusan tata usaha dan rumah tangga pada biro.

Biro Humas BPOM sebagai biro yang bertugas berkoordinasi dan mengelola hubungan masyarakat, publikasi, dan opini publik berperan dalam penyampaian informasi publik dalam hal pelayanan informasi dan edukasi kepada masyarakat dan sebaliknya yaitu mengetahui kondisi masyarakat mengenai BPOM.



Gambar 1 Berita Mengenai Penghargaan yang Diterima BPOM

Sumber : <https://www.pom.go.id/berita/Jadi-Lembaga-Humas-Pemerintah-Terbaik,-BPOM-Kembali-Ukir-Prestasi>

Terpilihnya BPOM sebagai Lembaga Humas Terbaik pada IGA Awards 2023 menunjukkan kinerja Biro Hubungan Masyarakat (Humas) BPOM yang maksimal sebagai Humas dalam Lembaga pemerintahan Indonesia. Hal tersebut secara tidak langsung dapat diartikan realisasi humas BPOM dalam menjalankan fungsi BPOM yang tercantum dalam website resmi BPOM, dimana salah satu fungsi unit pelaksana teknis BPOM adalah

mengelola komunikasi dan informasi, mengedukasi, serta pengaduan masyarakat dalam hal pengawasan obat dan makanan. Padahal dikatakan pada penelitian sebelumnya, dimana telah ada penelitian mengenai BPOM pada tahun 2020 yang berjudul "Tugas Dan Fungsi Badan Pengawas Obat Dan Makanan Dalam Melindungi Kesehatan Masyarakat Di Kota Manado (Studi Kasus Tentang Penggunaan Bahan Makanan Berbahaya Di Kota Manado)" oleh Agata Pransiska Launde, Novie Revlie Pioh, Welly Waworundeng. Penelitian tersebut menyinggung tugas dan fungsi BPOM secara keseluruhan dan terdapat permasalahan dalam internal BPOM yang dalam melaksanakan tugas dan fungsinya BPOM masih belum maksimal karena cakupan wilayah yang sangat luas untuk pengawasan konsumsi produk. Dimana terdapat 260 juta jiwa penduduk di Indonesia. Humas tentunya diperlukan dalam hal ini untuk penyebaran informasi. Karena permasalahan internal BPOM yang dimana tidak maksimalnya BPOM menjalankan tugas dan fungsinya berakibat pada Lembaga BPOM yang kewalahan dalam melaksanakan pengawasan terhadap produk berbahaya untuk kesehatan yang seharusnya disosialisasikan kepada masyarakat.

Dalam *Excellence theory* dijelaskan bahwa humas yang merupakan salah satu fungsi manajemen turut berkontribusi meningkatkan efektifitas kinerja lembaga atau organisasi (Suharyanti et al., 2023). Fenomena tersebut mendukung peneliti untuk mengetahui peran Humas BPOM. Lembaga BPOM yang sebelumnya dikatakan belum maksimal namun selanjutnya Humas BPOM mampu meraih penghargaan Gold Winner Lembaga Hubungan Masyarakat Terbaik. Sehubungan dengan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang akan dituangkan pada karya ilmiah berjudul: Peran Humas BPOM sebagai Gold Winner Lembaga Hubungan Masyarakat Terbaik 2023.

Sebagai referensi, peneliti melakukan studi literatur menggunakan penelitian terdahulu yang terakit penelitian mengenai peran Humas dalam Lembaga pemerintahan yang berjudul "Peran Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Membangun Citra Bangga Surabaya" oleh Achmad Aufa Anggarda pada tahun 2020. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik yang digunakan adalah pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi serta dilengkapi dengan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pemahaman Dozier & Broom (Mukarom, 2015:56). Model tersebut digunakan untuk menjelaskan peranan humas dalam membangun citra sebagai Upaya meningkatkan citra pemerintahan. Peneliti mengangkat objek serupa yaitu peran humas yang telah berhasil meraih gold winner lembaga humas terbaik dengan pemahaman peran humas dari Dozier & Broom dan pemahaman dari Rosady Ruslan.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan paradigma *post positivism*. Secara ontologi, aliran ini bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realita memang dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, universal, general, akan tetapi, mustahil bila sesuatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia (peneliti) dengan mengambil jarak pada objek penelitian. Secara epistemologis hubungan antara pengamat dengan objek atau realitas tidaklah bisa dipisahkan seperti pada aliran positivisme. Aliran ini menyatakan suatu hal tidak mungkin mencapai suatu *claim* kebenaran apabila pengamat mengambil jarak dengan apa yang diteliti. Oleh karena itu, hubungan antara pengamat harus bersifat interaktif, dengan catatan pengamat bersifat senetral mungkin, sehingga subjektivitas dapat dikurangi secara minimal (Epistemologi et al., 2021).

Terkait dengan hal tersebut, maka peneliti menggunakan paradigma *post positivism* dalam penelitian ini. Hal tersebut karena sesuai dengan judul penelitian ini yang berfokus pada peran humas dimana dapat disimpulkan bahwa kebenaran tidak hanya satu tetapi lebih kompleks, sehingga tidak dapat diikat oleh satu teori tertentu saja, dan hal tersebut sesuai dengan paradigma *post positivism*. Data yang akan dikumpulkan untuk mengetahui peran Humas BPOM sebagai peraih gold winner secara alamiah dan natural.

Pada penelitian berikut digunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif deskriptif menghasilkan hasil bersifat deskriptif dan umumnya digunakan dalam fenomenologi sosial. Fokus pada penelitian kualitatif deskriptif adalah informasi mengenai apa, siapa, dimana, bagaimana, dan mengapa terjadi peristiwa yang ditelaah untuk hasil kesimpulan dari jawaban peristiwa tersebut (Nurmalasari & Erdiantoro, 2020). Creswell (2015) mengartikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang berupaya memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain fenomena, secara holistik dan melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks alam yang unik, dan dengan menggunakan berbagai metode alam (Zahroh, 2022).

Berdasarkan atas penjelasan diatas, metode kualitatif deskriptif sesuai dengan kebutuhan peneliti untuk proses penyelesaian penelitian. Hal tersebut dikarenakan metode kualitatif deskriptif ini digunakan pada masalah sosial. Penelitian mengenai peran kehumasan dapat dikatakan sebagai penelitian sosial. Metode kualitatif deskriptif dalam perspektif peran kehumasan digunakan sebagai gambaran penyajian secara detail tentang peran humas dalam suatu Lembaga yang pada penelitian ini BPOM. Dimaksudkan untuk eksplorasi bagaimana peran humas BPOM, apa saja yang dilakukan humas BPOM sebagai Lembaga Humas Terbaik 2023 yang saat ini diteliti.

Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data-data penting dalam penelitian dengan metode-metode yang ada kemudian ditentukan oleh peneliti. Data penelitian berguna sebagai jawaban atas pertanyaan rumusan masalah, dan pokok dari kesimpulan (Civilization et al., 2021). Penelitian ini menggunakan metode, diantaranya observasi dan wawancara.

Subjek penelitian disini merupakan individu tau benda yang diselidiki dan bertanggung jawab atas hasil penelitian. Suharsimi Arikonto mendefinisikannya sebagai objek atau individu dari permasalahan data untuk variabel penelitian. Perannya yang sangat strategis dalam penelitian untuk menyediakan data penelitian. Responden atau subjek penelitian disebut informan pada penelitian kualitatif. Informan adalah individu pemberi informasi untuk data penelitian (Surokim, 2016). Kepala Humas BPOM menjadi subjek pada penelitian ini, karena sesuai dengan urgensi dari penelitian ini, dimana peneliti ingin mengetahui peran humas BPOM RI yang telah berhasil meraih gold winner pada ajang Lembaga Hubungan Masyarakat Terbaik, Kepala Humas BPOM tentunya mengetahui dan mampu menjabarkan mengenai peran humas BPOM yang menjadi topik pada penelitian ini

Objek penelitian merupakan suatu variable yang diteliti pada suatu tempat penelitian. Husen Umar menyebutkan, objek penelitian merupakan penjelasan mengenai apa, siapa, kapan, dimana objek penelitian dan penelitian tersebut dapat diimplementasikan (Surokim, 2016). Maka ditetapkan objek penelitian pada penelitian ini yaitu peran humas BPOM yang telah terpilih sebagai gold winner Lembaga hubungan masyarakat terbaik pada 2023, yang bertepatan di kantor pusat BPOM. Lokasi penelitian dilakukan di kantor pusat BPOM yang terletak di Jakarta Pusat tepatnya Jl. Percetakan Negara No.23, Johar Baru, Kecamatan Johar Baru, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, kode pos 10560.

Dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif informan disebut sebagai individu pemberi informasi tentang penelitian. Bogdan dan Biklen, memaparkan, informan bermanfaat supaya peneliti mendapatkan banyak informasi. Disebut sebagai sampling internal, informan dimanfaatkan untuk tukar pikiran, atau pembandingan dari subjek lain (Prof. Dr. Lexy J. Moleong, 2017).

Tabel 1. Tabel Informan

No	Jenis Informan	Informan
1.	Informan Kunci	Eka Rosmalasari (Ketua Tim Kerja Hubungan Media dan Dokumentasi Strategis)
2.	Informan Ahli	Daris Romasyah Maulana (Kepala Bagian Public Relations dan Analitik)
3.	Informan Pendukung	Ida Bagus Amunika (Pengusaha yang Mengajukan Izin Produk ke BPOM)

Sumber: Olahan Peneliti, 2024.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Peran Hubungan Masyarakat (Dozier & Broom)

Dozier & Broom menyebutkan empat peran utama yang hendak dijalankan oleh praktisi humas. Peran tersebut diantaranya, ahli resep yang berperan memberikan solusi terhadap masalah-masalah kehumasan bahkan krisis Lembaga; fasilitator komunikasi, yang berperan dalam jembatan komunikasi baik memberikan informasi dan mendengarkan aspirasi masyarakat; fasilitator proses pemecahan masalah, berperan memberi nasihat kepada pemimpin organisasi; serta teknisi komunikasi, dimana humas berperan sebagai jurnalis dalam layanan komunikasi teknis. Keempat peran tersebut telah dijalankan BPOM pada Program PR BPOM. Peneliti akan mengulas mengenai Program PR BPOM serta mengaitkannya dengan konsep peran hubungan masyarakat menurut Dozier & Broom dan menggunakan *Excellence Theory* menurut Grunig.

#### 1. Ahli Resep

Humas sebagai ahli resep diartikan dalam praktiknya humas harus mampu memberikan solusi terhadap perusahaan atau organisasi terkait permasalahan yang terjadi.

*"Humas hendaknya memberi masukan dan solusi, di beberapa perusahaan itu harus mampu menjadi salah satu pemberi masukan terhadap pimpinan, apakah yang akan dilakukan institusi atau perusahaan sudah baik ataupun belum"* (Daris Romasyah, *Humas*, 2 Juli 2024).

Praktisi Humas BPOM berpengalaman dan terampil dalam menemukan solusi terhadap permasalahan pada bidang hubungan masyarakat dan evaluasi terhadap program. Pada Program PR BPOM, Humas BPOM menyebutnya dengan orkestrasi *agenda setting*.

*"Setiap tahun kita punya agenda setting, yang kita susun di akhir tahun sebelum tahun berikutnya. Dalam agenda setting ini sudah kita tentukan di bulan apa kita harus membicarakan apa. Itu kita serahkan ke seluruh Unit Pelaksana Teknis (UPT) 76 kantor BPOM di daerah. Jadi mereka akan ngomongin hal yang sama sehingga kita punya narasi yang sama. Namun kita tidak membatasi informasi yang lain untuk disampaikan, kita tetap bisa menyampaikan jika sedang ada isu mengenai hal lain. Selanjutnya kita akan monitoring, sejauh mana UPT sudah melakukan orkestrasi ini, kita monitoring dan evaluasi untuk pelaksanaannya"* (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).

Humas BPOM telah memberikan solusi dengan membuat rencana mengenai strategi komunikasi untuk mencegah permasalahan kehumasan sedini mungkin, dan melakukan evaluasi terhadap jalannya program.

## 2. Fasilitator Komunikasi

Sebagai seorang fasilitator komunikasi, Humas diharuskan mampu memfasilitasi semua jenis komunikasi.

*"Humas hendaknya menjadi wadah dalam komunikasi pada organisasi atau perusahaannya, untuk yang eksternal mau tidak mau kita berhubungan dengan media. Untuk internalnya, biasanya mengirimkan realese melalui email. Jadi memang untuk pengelolaan komunikasinya, dikelola oleh humas baik internal maupun eksternal"* (Daris Romansyah, Humas, 2 Juli 2024).

Humas BPOM menjalankan peran sebagai mediator penerima dan penyampaian pesan. Pada Program PR BPOM diimplementasikan dengan program publikasi informasi publik dan kinerja BPOM.

*"Program publikasi informasi publik dan kinerja BPOM dilakukan dengan melakukan pemberian informasi publik, agar masyarakat bisa memiliki pengetahuan mengenai BPOM dan juga mempunyai akses yang lebih besar ke BPOM. Jika kita tidak menginformasikan tentunya orang tidak akan tau akses nya seperti apa dan bagaimana menghubungi BPOM. Kemudian melalui informasi ini kita menyampaikan apa yang dilakukan BPOM, jadi masyarakat mengetahui apa yang diminta oleh masyarakat sebelumnya ternyata sudah kita lakukan dan yang kemarin belum terinformasikan dengan baik, disana kita informasikan apa yang sudah kita kerjakan."* (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).

Ida Bagus sebagai pengusaha yang telah mengajukan izin produk kepada BPOM juga memberikan *argument* mendukung mengenai peran Humas sebagai fasilitator komunikasi.

*"Saya disini mencari lewat website, seperti yang saya bilang, disana sangat jelas langkah-langkah apa yang harus saya lakukan. Meski terus terang saya mengalami prosedur yang agak rumit dan panjang, karena produk yang saya akan pasarkan ini memang produk yang rigid dibidang mikol jadi ya saya mewajarkan untuk sulit mendapat izin. Kenapa saya bilang membantu, karena dari keterangan-keterangan yang diberikan sudah jelas, apa yang harus saya lakukan, apa yang perlu dipersiapkan, dan sebagainya. Saya mendaftar melalui website dan di website tersebut dijelaskan dengan baik prosedur prosedurnya. Tahapannya lengkap di website BPOM, memudahkan saya dalam pendaftaran produk" (Ida Bagus,, Pengusaha, 20 Juni 2024).*

Hal ini sejalan dengan beberapa indikator dari peran humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu mampu menerima dan menyampaikan informasi kepada masyarakat. Selain itu, Humas BPOM juga melakukan pengukuran dan evaluasi komunikasi. Indikator kinerja evaluasi terdiri dari indeks opini public yang dilakukan setiap tahun.

*"Indikator kinerja evaluasi ini ada indeks opini publik, dilakukan setiap tahun dan terhitung sampai saat ini dari 2021 hingga 2024 mengalami kenaikan meskipun pada saat 2022 BPOM diserang dengan adanya isu bahaya sirup obat penyebab gagal ginjal namun bpom bisa mempertahankan opini publik masyarakat terhadap BPOM"*

*"Caranya adalah melalui berbagai informasi kita sampaikan apa yang sudah kita lakukan, berapa produk yang tidak memenuhi persyaratan yang kita tarik, dsb" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

Humas BPOM kemudian mengukur tingkat kesadaran masyarakat, yang berkaitan dengan pengetahuan sikap dan perilaku, juga indeks kepuasan media yang kaitannya dengan komunikasi BPOM dengan media. Humas BPOM juga mengukur indeks kepuasan masyarakat, survey kepuasan masyarakat.

*"Untuk kepuasan masyarakat kita ukur bagaimana layanan kita kepada masyarakat dan ternyata memang naik dari tahun ke tahun karena BPOM selalu meningkatkan layanan kepada publik termasuk memfasilitasi UMKM dengan mahasiswa" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

Melalui pernyataan peran sebagai fasilitator komunikasi yang disampaikan informan ahli yang telah dijalankan oleh Humas BPOM dan didukung dengan argumen dari informan pendukung, dapat disimpulkan Humas BPOM menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi dalam Program PR BPOM.

### 3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Humas dalam hal ini berperan dalam penyelesaian permasalahan organisasi atau Lembaga.

*"Humas dalam konteks organisasi merupakan bagaimana Public Relations (PR) dapat menjalankan fungsi manajemen yang fokusnya dalam komunikasi termasuk menyelesaikan permasalahan mengenai kehumasan atau yang terkait" (Daris Romansyah, Humas, 2 Juli 2024).*

Praktisi Humas BPOM dalam Program PR BPOM berperan dalam proses penyelesaian permasalahan pada Lembaga. Dalam hal ini Humas BPOM menyebut sebagai program strategi kehumasan. Salah satu contohnya, adalah permasalahan yang mengantarkan BPOM dalam meraih penghargaan yaitu pada saat kasus sirup obat pada anak yang gagal ginjal di tahun 2022 dan 2023. Humas BPOM mampu menangani permasalahan tersebut. BPOM mengatasinya dengan membuat himbauan kepada masyarakat.

*"Humas BPOM memiliki pedoman strategi komunikasi krisis yang akhirnya kita sahkan setelah kita mengalami krisis di isu obat sirup yang berisiko mengandung cemaran Etilen Glikol (EG) dan Dietilen Glikol (DEG), yang sebelumnya baru berupa dokumen. Cara penanganan kita untuk menginformasikan kepada masyarakat, yang pertama, ada tiga komunikator yang kita tentukan pertama sebagai key person utamanya adalah kepala BPOM, untuk hal teknis terkait kebijakan, mengenai apa yang akan kita ambil langkah kedepannya yang bicara adalah key person utama. Untuk permohonan wawancara, terkait jawaban-jawaban yang kita nilai tidak akan berdampak kepada reputasi hal ini sudah kita sediakan databasenya, itu bisa dijawab oleh tim humas" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

BPOM dalam hal ini juga mempunyai program tangkis *Hoax* untuk mencegah krisis, yang terkait dengan fasilitator proses pemecahan masalah.

*"BPOM mempunyai program tangkis hoax, dalam rangka memutus rantai hoax dan ditahun 2024. Kita sedang menyusun pedoman pengelolaan hoax termasuk modul penanganan hoax obat dan makanan. Nanti kita sebarkan ke UPT bagaimana cara kita melihat satu isu itu hoax atau bukan" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

Program-program penanganan permasalahan tersebut, sejalan dengan indikator peran Humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah yang disampaikan Dozier & Broom dalam Ruslan (2014) dimana adanya rencana kehumasan yang disusun BPOM secara sistematis.

#### 4. Teknisi Komunikasi

Sebagai teknisi komunikasi humas diharapkan mampu memberikan pelayanan dalam hal teknis pada komunikasi.

*"Humas dituntut memiliki keterampilan editing foto, video. Humas sudah masuk ke ranah digital dan sudah bukan konvensional. Humas harus tetap aktif dengan konten-konten di media sosial. Humas juga harus memiliki skill di teknis, bagaimana kita bisa melihat ketika berita kita di publish, bisa menggunakan tools analitik" (Daris Romansyah, Humas, 2 Juli 2024).*

Humas BPOM berperan sebagai teknisi komunikasi, hal tersebut dibuktikan dengan dua program kehumasan yang dijalankan BPOM yaitu publikasi informasi publik dan pelayanan informasi kepada media

*"BPOM melakukan publikasi ini melalui berbagai media. Bentuknya dapat berupa berita aktual, siaran pers, peringatan publik, penjelasan publik, klarifikasi, atau konten di media cetak digital dan media sosial BPOM. Contohnya misalkan kita mengeluarkan realese mengenai obat tradisional berbahaya apa saja yang tidak boleh dikonsumsi. Itu secara rutin kita keluarkan setelah operasi lapangan yang sudah berkoordinasi dengan kepolisian, BIN, BAIS"*

*"Terkait pelayanan informasi kepada media seperti permintaan informasi atau wawancara dari media, biasanya melalui tanya jawab antara BPOM dengan media. Untuk informasi yang tidak memerlukan kajian lebih lanjut, kita langsung informasikan kepada media secepat mungkin. Disini kita juga mempunyai studio broadcast untuk kelengkapan produksi, memproduksi berbagai konten, baik itu konten media sosial, maupun podcast di youtube" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024)*

Humas BPOM juga melakukan Program "WIKOM", Workshop Informasi Dan Komunikasi yang diselenggarakan setiap tahun.

*"WIKOM kita lakukan dengan para tim dari UPT akan masuk ke kelas-kelas yang ada, kelasnya berupa kelas menulis artikel, kelas fotografi, kelas media sosial, dll. Mereka juga diajarkan bagaimana mereka wawancara kepada media, disini kita melakukan simulasi dengan menjadi narasumber di stage dan mendatangkan reporter aslinya yang pada saat itu mas Andromeda sebagai hostnya. Kita juga ada meet the expert, untuk bisa menerima informasi terkait pembuatan konten, mereka diajarkan bagaimana etika membuat konten, baik dari segi hukum dan etika. Diajarkan juga sejauh mana kita bisa memanfaatkan AI" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

Melalui program "WIKOM" Humas BPOM mampu memahami teknologi sehingga dapat diimplementasikan untuk meningkatkan komunikasi, terutama komunikasi dengan publiknya.

Berdasarkan pada peran Humas BPOM dalam meraih penghargaan Lembaga Hubungan Masyarakat Terbaik, peran tersebut sesuai dengan konsep peran Humas menurut Dozier & Broom. Humas BPOM menjalankan perannya dalam hal ahli resep, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecah masalah, dan teknisi komunikasi.

### Excellence Theory (Grunig)

*Excellence theory* menurut Grunig disajikan bagaimana Humas dapat mencapai keberhasilan komunikasi, karena dalam menjalankan perannya Humas tidak lepas dari adanya komunikasi baik internal maupun eksternal Lembaga. Humas BPOM, sebagai Lembaga kehumasan telah menjalankan peran Humas-nya dan berhasil mencapai kesuksesan melalui optimalisasi dari peran humas tersebut. Terdapat tiga komponen atau *sphere* sebagai dasar mencapai keberhasilan disebut dalam *excellence theory* yang disebut *communication excellence*. Terdiri dari *knowledge core*, *shared expectation* dan *participative culture*.

#### 1. *Knowledge Core*

Humas dalam menjalankan perannya secara maksimal menggunakan pegangan *Knowledge Core*.

*"Core yang paling penting adalah public speaking dan copy writing, karena kita tidak lepas dari kedua itu" (Daris Romansyah, Humas, 2 Juli 2024).*

Humas BPOM memiliki pengetahuan dan ketrampilan teknis, seperti menulis, mengedit, berpidato, dan aktivitas teknis lainnya, yang bertujuan untuk menyediakan informasi melalui komunikasi satu arah.

*"Humas sudah lolos uji kompetensi profesi Humas dari LSP LSPR pada 2 skema PR officer dan media relations officer" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

*"Humas BPOM mempunyai keterampilan membuat narasi, membuat dokumentasi, dengan suatu kegiatan yang kita namakan "WIKOM" WORKSHOP INFORMASI DAN KOMUNIKASI yang setiap tahun kita selenggarakan" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

Selain keterampilan teknis, Humas BPOM juga memiliki pengetahuan dan ketrampilan strategis, seperti berpikir strategis dengan mempertimbangkan berbagai resiko saat memberi masukan pada koalisi dominan, menghadapi media, menyelesaikan masalah, atau

bernegosiasi baik menggunakan komunikasi satu arah atau dua arah tergantung dari kebutuhan.

*"Pada saat krisis kita mencoba untuk menerapkan komunikasi yang transparan. Konsep narasi utama strategi kita sudah sejalan dengan kemenkes. Kemudian kita harus memenuhi hak masyarakat memperoleh informasi publik yang terkait dengan kesehatan baik obat, dampak, apa yang dilakukan nanti, dan upaya pemerintah untuk mengatasi itu. Kemudian narasi yang ketiga, masyarakat tetap tenang, waspada, cerdas dalam memilih informasi, cerdas dalam memilih. Kita juga berkolaborasi dengan pemangku kepentingan yaitu kepolisian, kementerian sosial, perdagangan, dll. Kita melakukan pengawasan, perbaikan sistem, regulasi" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

Melalui pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Humas BPOM menerapkan berpikir strategis dengan mempertimbangkan berbagai resiko yang ada dan berkolaborasi dengan koalisi dominan juga stakeholder. Humas BPOM juga menghadapi media dan menyelesaikan masalah atau krisis lembaga.

## 2. *Shared Expectation*

Humas hendaknya menjalin kerja sama yang erat dengan koalisi dominan.

*"Humas berkompromi dengan koalisi dominan, misalnya pada saat krisis, memang statement akan muncul dari direktur perusahaan tidak dari humas, namun untuk timnya memang tim humas, yang menjadi front man atau front woman itu biasanya direktur. Jadi humas harus mampu menjalin kerja sama tersebut" (Daris Romansyah, Humas, 2 Juli 2024).*

Dalam hal ini, Humas BPOM mengimplementasikannya dengan komunikasi yang baik pada koalisi dominan atau kepala badan. Salah satunya adalah mampu bekerjasama apabila terjadinya krisis. Humas BPOM memetakan strategi dan dikomunikasikan langsung dengan koalisi dominan dalam hal ini kepala bagian.

*"Kita diskusikan dengan manajerial, pertama sebagai key person utamanya adalah kepala BPOM, untuk hal teknis terkait kebijakan, mengenai apa yang akan kita ambil langkah kedepannya yang bicara adalah key person utama. Terkait penjelasan teknis itu ada eselon 1, ada deputi deputi yang berbicara terkait dengan teknis, karena kepala badan lebih kepada kebijakan dan menjaga reputasi lembaga. Untuk permohonan wawancara, terkait jawaban-jawaban yang kita nilai tidak akan berdampak kepada reputasi hal ini sudah kita sediakan databasenya, itu bisa dijawab oleh tim humas" (Eka Rosmalasari, Humas BPOM, 14 Juni 2024).*

Melalui pemetaan strategi yang disusun tersebut dapat dilihat bagaimana Kerjasama BPOM dengan manajerial dan kepala badan, sehingga BPOM disebut menerapkan *shared expectation* dalam implementasinya.

### 3. *Participative Culture*

Humas memerlukan seluruh pihak dari organisasi atau perusahaan untuk menjalin Kerjasama dan mampu aktif Bersama-sama menjalankan organisasi.

*"Humas tidak bisa berjalan sendiri, kita perlu banyak bahan baku jadi kita perlu berkolaborasi dengan banyak pihak, kita perlu kontribusi dari pihak-pihak terkait. Humas tidak melekat pada satu bagian saja maksudnya adalah kita semua adalah humas di institusi masing-masing"* (Daris Romansyah, *Humas*, 2 Juli 2024).

Seluruh pegawai BPOM pusat hingga UPT terlibat aktif dari semua pihak yang terlibat dalam komunikasi, baik internal maupun eksternal organisasi, untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

*"Semua pegawai BPOM itu adalah humasnya BPOM jadi tidak hanya humas tetapi semua pegawai itu adalah humas karena mereka juga adalah wajah BPOM"* (Eka Rosmalasari, *Humas BPOM*, 14 Juni 2024).

Melalui pernyataan tersebut dapat disimpulkan keterlibatan dari seluruh pegawai hingga UPT dalam mencapai citra yang baik bagi Lembaga.

## Pembahasan

Hasil penelitian dari Peran Humas BPOM sebagai Gold Winner Lembaga Humas Terbaik 2023 terdiri atas lima peran Humas yang dijalankan BPOM atau disebut 'Program PR BPOM'. Terdiri dari program publikasi informasi publik dan kinerja BPOM, orkestrasi agenda setting, pelayanan informasi kepada media, strategi komunikasi kehumasan, dan program tangkis *Hoax*. Kelima program tersebut sejalan dengan konsep peran Humas menurut Dozier & Broom dan *Excellence Theory* dari Grunig.

### Program Publikasi Informasi Publik dan Kinerja BPOM

Peran Humas BPOM pada program publikasi informasi dan kinerja BPOM dalam konsep peran Humas Dozier & Broom termasuk ke dalam peran humas sebagai fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi. Fasilitator komunikasi merupakan peran humas sebagai wadah yang memfasilitasi dalam menerima atau memperoleh informasi, juga memberikan umpan balik baik berupa kritik maupun saran kepada BPOM. Tindakan yang dilakukan Humas BPOM dalam hal ini adalah BPOM memberikan informasi kepada publik, dengan tujuan agar publik memiliki pengetahuan dan akses yang lebih besar kepada BPOM. BPOM

memberikan informasi berupa kegiatan yang telah dijalankan, sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi kegiatan tersebut dan bagaimana BPOM memberikan tanggapan terkait saran masyarakat, apa yang telah diminta oleh masyarakat sebelumnya dan bagaimana BPOM melakukannya. BPOM juga memenuhi indikator fasilitator komunikasi dengan melakukan pengukuran dan evaluasi komunikasi. Indikator kinerja evaluasi terdiri dari indeks opini public yang dilakukan setiap tahun, dan setiap tahunnya mengalami kenaikan. Humas BPOM juga mengukur indeks kepuasan masyarakat dengan survey kepuasan masyarakat. Terpenuhinya indikator sebagai fasilitator komunikasi membuktikan Humas BPOM menjalankan perannya sebagai seorang fasilitator komunikasi.

Teknisi komunikasi merupakan peran teknis yang dilakukan oleh Humas, seperti menulis berita atau realese, fotografi, hingga mengedit video. Humas BPOM dalam hal ini memenuhi indikator peran humas sebagai teknisi komunikasi. Hal itu dibuktikan dengan publikasi berita berupa realese, berita aktual, penjelasan dan peringatan publik, dan klarifikasi, serta konten video atau foto yang dilakukan BPOM melalui berbagai media.

Dalam *excellence theory* menurut Grunig, keterampilan Humas tersebut termasuk kedalam *sphere* yaitu *knowledge core*. *Knowledge core* merupakan kemampuan humas dalam pengetahuan untuk menulis berita, membuat editing foto atau video, dan juga kemampuan berbicara kepada publik. Melalui program publikasi informasi publik dan kinerja BPOM yang menuntut BPOM memiliki kemampuan sebagai fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi yang mengharuskan BPOM memiliki pengetahuan dalam hal penulisan, berbicara, dan teknis sehingga dapat dikatakan Humas BPOM memiliki *knowledge core* pada *excellence theory*.

#### Program Orkestrasi *Agenda Setting*

Peran humas yang dijalankan BPOM pada program orkestrasi *agenda setting*, termasuk kedalam peran humas sebagai ahli resep menurut Dozier & Broom, dan *shared expectation* dalam *excellence theory* menurut Grunig.

Dalam program orkestrasi *agenda setting*, Humas BPOM berperan sebagai seorang ahli resep atau pemberi solusi terkait masalah kehumasan. Humas BPOM dalam hal ini memberi solusi dengan adanya *agenda setting* yang disiapkan setiap tahunnya dan disebarkan kepada seluruh Unit pelaksana Teknis BPOM di daerah-daerah. Dengan orkestrasi *agenda setting* ini, Humas BPOM berhasil memberikan solusi terkait dengan permasalahan yang belum terjadi, sehingga lebih terstruktur dan tidak terjadi miskomunikasi antara pusat dan daerah. Kegiatan tersebut juga di monitoring dan evaluasi setiap pelaksanaannya. Dengan berjalannya orkestrasi *agenda setting* ini, Humas BPOM

berhasil memberikan solusi terkait antisipasi permasalahan atau krisis dalam Lembaga, terkait hal itu BPOM telah menjalankan perannya sebagai seorang ahli resep.

Program orksestrasi agenda setting ini, dijelaskan Grunig pada sphere shared expextation. Shared expectation merupakan kerja sama yang erat antara humas dengan koalisi dominan suatu lembaga. Program orkestrasi *agenda setting* membuat adanya kerjasama antara BPOM dengan key person utama, dimana Humas BPOM bekerja-sama dengan kepala Lembaga juga kepala balai di setiap UPT untuk mencapai tujuan yang sama dan mencegah adanya permasalahan atau krisis.

#### Program Pelayanan Informasi Kepada Media

Program pelayanan informasi kepada media menunjukkan peran Humas BPOM dalam hal fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi pada konsep peran Humas Dozier & Broom, serta termasuk kedalam sphere, knowledge core menurut Grunig.

Humas BPOM menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi dalam program pelayanan informasi kepada media, dibuktikan dengan terpenuhinya indikator Humas sebagai fasilitator komunikasi pada program tersebut. Humas BPOM menerima permintaan wawancara, tanya-jawab, dan informasi dari media. Dalam menjalankan program ini BPOM mempunyai studio broadcast untuk kelengkapan produksi seperti memproduksi berbagai konten, baik itu konten media sosial, maupun podcast di youtube. Hal ini juga terkait dengan peran Humas sebagai teknisi komunikasi, dimana dalam menjalankan program ini BPOM memanfaatkan kemampuan teknisnya seperti berbicara dengan media dan copy writing atau menulis berita untuk dipublikasikan media.

Melalui program tersebut juga menjelaskan Humas BPOM dalam sphere knowledge core, hal ini dibuktikan dengan keterampilan humas BPOM dalam berkomunikasi dengan media, copy writing berita aktual, dan dokumentasi informasi.

#### Program Strategi Komunikasi Kehumasan

Program strategi komunikasi kehumasan merupakan program yang mengatur strategi BPOM dalam menangani krisis. Program ini dijalankan dengan membuat pedoman strategi komunikasi krisis, hingga pedoman pengelolaan sosial media, pedoman yang dijalankan BPOM, menunjukkan peran Humas BPOM sebagai fasilitator pemecah masalah menurut konsep peran Humas Dozier & Broom, dan shared expectation menurut Grunig.

Humas BPOM dalam hal ini menjalankan program strategi komunikasi kehumasan dengan adanya penanganan krisis melalui berjalannya program strategi komunikasi kehumasan. Penanganan permasalahan tersebut, sejalan dengan indikator peran Humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah yang disampaikan Dozier & Broom. Adanya

rencana kehumasan yang disusun BPOM secara sistematis, BPOM melakukan kerjasama dengan manajemen terkait permasalahan, berusaha untuk meningkat partisipasi manajemen, memastikan bahwa manajemen terlibat secara aktif, pindah menjadi pengemudi/katalis, dan menciptakan berbagai macam alternatif dalam penyelesaian permasalahan yang ada.

Pada program ini, Humas BPOM juga menjalin Kerjasama dengan key person utama atau kepala Lembaga, sehingga hal tersebut terkait dengan sphere shared expectation menurut Grunig. Dimana BPOM melakukan kerjasama dan komunikasi yang baik dengan koalisi dominan yang dalam hal ini kepala Lembaga.

#### Program Tangkis *Hoax*

Program tangkis Hoax merupakan program yang dibuat BPOM dalam rangka memutus rantai Hoax yang semakin marak terjadi. Pada program ini BPOM menjalankan peran Humasnya sebagai seorang fasilitator proses pemecah masalah dalam Dozier & Broom, dan sphere participative culture dari excellence theory menurut Grunig.

Humas BPOM menjalankan perannya sebagai fasilitator proses pemecah masalah dengan mencegah krisis, yang terkait dengan fasilitator proses pemecahan masalah. Melalui program ini BPOM menyusun pedoman pengelolaan hoax termasuk modul penanganan hoax obat dan makanan. Adanya program ini, BPOM berhasil menemukan solusi terkait permasalahan kehumasan berupa Hoax dalam Lembaga, sehingga dapat disimpulkan Humas BPOM menjalankan perannya sebagai seorang fasilitator proses pemecah masalah.

Program tangkis Hoax juga melibatkan seluruh aspek pada Lembaga BPOM, mulai dari kepala badan, pegawai pusat, kepala balai, juga seluruh pegawai BPOM di daerah. Terkait hal tersebut maka program tangkis Hoax Humas BPOM termasuk kedalam sphere participative culture dari Grunig. Dimana dalam program ini berhasil menyatukan seluruh anggota Lembaga untuk turut serta turun tangan dan menjadikannya budaya partisipatif.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang menghasilkan Program PR BPOM, dapat dibuktikan Humas BPOM telah melaksanakan tugas dan fungsinya dengan baik di tahun 2023, hal tersebut menunjukkan kinerja Humas yang maksimal dalam Lembaga pemerintahan Indonesia. Dengan terpilihnya Biro Humas BPOM sebagai Lembaga Hubungan Masyarakat Terbaik tahun 2023 berhasil menunjukkan adanya revolusi dari Humas BPOM yang pada penelitian sebelumnya dikatakan belum menjalankan tugasnya dengan maksimal. Humas BPOM melaksanakan tugas dan fungsinya dengan cakupan wilayah yang sangat luas untuk pengawasan konsumsi produk. Humas BPOM dalam hal ini berhasil melakukan penyebaran informasi dan menjalankan tugas dan fungsinya dengan maksimal.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran Humas BPOM sebagai *Gold Winner* Lembaga Hubungan Masyarakat terbaik 2023, penulis dapat menyimpulkan bahwa Humas BPOM menjalankan lima Peran yang disebut dengan Program PR BPOM. Program ini terdiri dari Program publikasi informasi publik dan kinerja BPOM; Orkestrasi agenda *setting*; Pelayanan informasi kepada media; Strategi komunikasi kehumasan; dan Program tangkis *hoax*. Kelima program tersebut sesuai dengan konsep peran Humas menurut Dozier & Broom, yang terdiri dari: Penasehat Ahli, Fasilitator Komunikasi, dan Fasilitator Proses Pemecahan Masalah, dan Teknisi komunikasi. Hal tersebut juga sesuai dengan *Excellence Theory* menurut Grunig, yang terdiri dari *sphere* berupa knowledge core, shared expectation, dan participative culture. Secara keseluruhan, dapat menyimpulkan peran strategis Humas BPOM dalam menjalankan fungsi-fungsi Humas yang efektif, sehingga BPOM memperoleh pengakuan sebagai Lembaga Hubungan Masyarakat Terbaik tahun 2023.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. M., Royandiah, I., & Rosadi, R. R. (2022). Peran Humas Setjen DPR RI Dalam Mengelola Citra Positif. *Promedia, (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 8(2), 203–219.
- Anggarda, A. A. (2020). Peran Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Membangun Citra Bangsa Surabaya. *Governance, JKMP (Governance, Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik)*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.38156/governancejkmp.v10i1.55>
- Artis. (2011). Strategi Komunikasi Public Relations. *Sosial Budaya*, 8(02), 184–197.
- Civilization, I., TEMA 19, & Domenico, E. (2021). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 6.*
- Devi, R. A., & Soelistyowati, R. D. (2023). Analysis of the Role of Public Relations in Managing Brand Association Nature Republic. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(9), 2231–2242.
- Epistemologi, P., Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). *Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan. 4*, 870–880.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Islam, K. R., & Luqman, Y. (2022). Public Relations in Diponegoro National Hospital From the Excellence Theory Perspective. *Jhss (Journal of Humanities and Social Studies)*, 6(3), 296–300. <https://doi.org/10.33751/jhss.v6i3.6384>
- Kriyantono, R. (2019). *Public Relations Activities of State Universities Based on The Excellence Theory. 07(02)*, 154–170.
- Leonardo, B., Angelia, D. K., & Londa, J. (2019). Peran Humas Dalam Menyosialisasikan Program Bank Sulutgo Digital Pada Nasabah Bank Sulutgo Kantor Pusat Manado. *Paper Knowledge*

. *Toward a Media History of Documents*, 8(2).

- Ni Luh Putu Ening Permini, & I Made Wahyu Kusuma Atmaja. (2022). Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Badung. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(3), 620–632. <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i3.2773>
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Perencanaan Dan Keputusan Karier: Konsep Krusial Dalam Layanan BK Karier. *Quanta*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M. A. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Eidisi Rev). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Putri, N. A. S., Sulma, N. Y., & Pranoto, P. A. (2023). Peran Public Relations dalam Membangun Komunikasi dengan Publik Internal pada PT Indonesia Power Priok POMU. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 200–209.
- Sang, M., Wijaya, D., & Setyanto, Y. (2023). *THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN ESTABLISHING GOOD RELATIONS WITH SOURCES ON METRO TV 'S PRIME TIME METRO*. 1(4), 213–219.
- Soeyono, D. (2018). Legenda Ki Ageng Minak Sopal. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95–107.
- Suharto, S., Hendriarto, P., Dharta, F. Y., Simarmata, M. M., & Vidal, M. J. A. (2022). Public Service Domain: Exploration Study on The Role of Public Relations in Indonesia. *Nyimak: Journal of Communication*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v6i1.4978>
- Suharyanti, Widiastuti, T., & Kania, D. (2023). Reformasi Birokrasi Pemerintah dan Penerapan Excellence Theory. *Ilmu Komunikasi*, 10(1), 53–68. <http://www.jurnas>.
- Surokim. (2016). Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi. *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur*, 285. <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISET-KOMUNIKASI-JADI.pdf>
- Syahputra. (2019). Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara Pada Kantor Biro Humas Gubernur The Role of Public Relations in Building the Image of North Sumatra Government at the Office of the Public Relations Bureau of the Governor. *Jurnal Prespektif*, 8(1), 24–29.
- Yulianti Nurnisya, F., Saad, S., Md Noor, S., & Pengajian Komunikasi, P. (2022). Implementation of The Excellence Theory to Enhance Reputation of Indonesian National Police. *Al-i'lam - Journal of Contemporary Islamic Communication and Media*, 2(2). <https://jccicom.usim.edu.my/index.php/journal/article/view/55>
- Zahroh, L. A. (2022). Public Relations Management in Building School Image: A Case Study. *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 501–510. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v6i2.3434>.