

## The Role of Sustainable Communication in Hospital Health Services Through Internal Best Practice Sharing Health Talk Activities

Muhammad Afiat<sup>1\*</sup>, Rudi Sihaloho<sup>2</sup>, Wulan Furrie Lenggana<sup>3</sup>  
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta

**Corresponding Author:** Muhammad Afiat [Muhammadafiat016@gmail.com](mailto:Muhammadafiat016@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Health Communication, Reputation, Health Public Relations

*Received :* 3 January

*Revised :* 13 January

*Accepted:* 21 February

©2024 Afiat, Sihaloho, Lenggana: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Health services in hospitals in serving the community must be maximized, so that knowledge about disease diagnosis is known. As well as preventing premature death or increasing disease among the community. This role of sustainable communication must be carried out by public relations, health experts, namely doctors and other media personnel. To assist the hospital's internal activity program in health education and free basic examinations. So the PROMKES TEAM or Health Promotion Team was formed, consisting of Chief Doctor, Public Relations Officer, Nurse, Nutrition Expert and other medical personnel

---

## Peran Komunikasi Berkelanjutan dalam Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Melalui Kegiatan Internal Best Practice Sharing Health Talk

Muhammad Afiat<sup>1\*</sup>, Rudi Sihaloho<sup>2</sup>, Wulan Furrie Lenggana<sup>3</sup>

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta

**Corresponding Author:** Muhammad Afiat [Muhammadafiat016@gmail.com](mailto:Muhammadafiat016@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Komunikasi Kesehatan, Reputasi, Health Public Relations

*Received :* 3 January

*Revised :* 13 January

*Accepted:* 21 February

©2024 Afiat, Sihaloho, Lenggana: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Pelayanan kesehatan di Rumah Sakit dalam melayani masyarakat harus lebih di maksimalkan, agar pengetahuan tentang diagnosis penyakitnya tahu. Serta mencegah ada nya kematian dini ataupun penyakit yang semakin besar dari kalangan masyarakat. Peran komunikasi Berkelanjutan ini harus id lakukan oleh humas, tenaga ahli kesehatan yaitu dokter serta tenaga media lainnya. Untuk membantu progam kegiatan internal rumah sakit dalam edukasi kesehatan serta pemeriksaan dasar gratis. Maka terbentuk nya TIM PROMKES atau Tim Promosi Kesehatan yang terdiri dari Ketua Dokter, Humas, Perawat, Ahl Gizi serta tenaga medis lainnya

---

## PENDAHULUAN

Kesehatan menjadi aspek krusial dalam memperkuat kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan itu sendiri dicapai melalui aktifitas dan interaksi yang sehat dari anggota masyarakat. Bagi lembaga medis seperti rumah sakit, memberikan layanan kesehatan yang berkualitas tinggi adalah tanggung jawab utama terhadap masyarakat yang memerlukannya. Namun, dalam beberapa waktu terakhir, masalah-masalah terkait pelayanan rumah sakit mulai muncul, sebagaimana dilaporkan oleh berbagai media.

Pelayanan kesehatan di rumah sakit seharusnya tidak mengalami kendala. Rumah sakit adalah entitas yang kompleks, dengan modal, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta sumber daya manusia yang melimpah, namun juga dihadapkan pada berbagai aturan dan tentu saja tantangan internal. Dengan meningkatkan kualitas layanan rumah sakit melalui komunikasi kesehatan yang efektif, pihak rumah sakit dapat memberikan rasa nyaman kepada pasien dan masyarakat secara keseluruhan. Hal ini sangat penting untuk membangun reputasi sebuah rumah sakit yang baik. Konsep komunikasi kesehatan, menurut teori Endrawati (2015), adalah proses penyampaian informasi kesehatan yang bertujuan untuk merangsang perubahan perilaku individu maupun kelompok, dengan tujuan meningkatkan kesehatan mereka. Begitu juga menurut Endah (2015), salah satu aspek kunci dalam komunikasi kesehatan adalah pengaruh terhadap individu dan masyarakat.

Schiavo (2007) menegaskan bahwa tujuan utama dari komunikasi kesehatan adalah untuk meningkatkan taraf kesehatan melalui penyebaran informasi yang relevan mengenai kesehatan. Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (CDC) mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai studi tentang bagaimana menggunakan strategi komunikasi untuk memberikan informasi dan mempengaruhi keputusan individu atau kelompok demi meningkatkan kesehatan. Arti dari "mempengaruhi" juga tercakup dalam definisi komunikasi kesehatan menurut Healthy People 2010, yang mencakup seni dan teknik-teknik yang digunakan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, dan

Mendorong dan menggerakkan individu, institusi, dan masyarakat untuk memahami isu-isu krusial dalam domain kesehatan dengan tujuan meningkatkan mutu kesehatan, merupakan suatu penjelasan tentang pentingnya komunikasi dalam konteks kesehatan. Schiavo (2007) menekankan bahwa komunikasi kesehatan memiliki peran vital dalam segala aspek pencegahan penyakit dan promosi kesehatan., seperti

1. Interaksi antara pasien dan tenaga medis dalam hal kesehatan
2. Bimbingan individu dalam mencari dan menggunakan informasi kesehatan.
3. Panduan individu untuk mengikuti rekomendasi klinis.
4. Penyelenggaraan kampanye kesehatan untuk masyarakat.
5. Penyebaran informasi tentang risiko kesehatan kepada populasi.
6. Representasi kondisi kesehatan di media massa dan budaya secara umum.

7. Edukasi kepada konsumen tentang cara memperoleh akses ke layanan kesehatan masyarakat dan sistem perawatan kesehatan.
8. Pengembangan teknologi komunikasi kesehatan terbaru.

Gruning menegaskan bahwa dalam sebuah organisasi, Public Relations (PR) seharusnya memegang peran manajerial yang penting. Dengan memiliki keterampilan teknis dan mematuhi standar etika yang tinggi, seorang PR bertindak sebagai fasilitator komunikasi. Tugasnya mencakup memastikan terjalinnya komunikasi dua arah yang seimbang antara organisasi dan publik, terlibat dalam penyelesaian masalah yang dihadapi organisasi, memfasilitasi hubungan antara kepentingan organisasi dan publik, serta memberikan masukan untuk keputusan strategis organisasi, yang semuanya berada dalam koalisi dominan (Prasty, 2016).

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Teori komunikasi kesehatan secara erat terkait dengan peran Public Relations. Public Relations (PR) merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, 2011). Lebih lanjut, Cutlip (2011) mengidentifikasi sembilan fungsi PR yang akan diuraikan sebagai berikut.

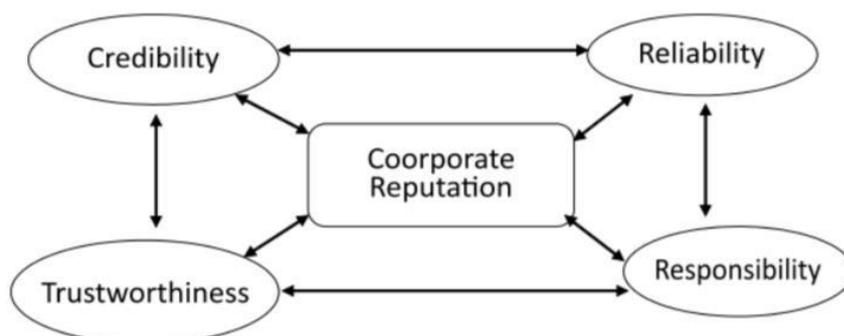
1. Relasi internal, merupakan bagian penting dari fungsi PR yang bertujuan untuk membina dan mempertahankan hubungan yang positif antara manajemen dan karyawan, dimana hubungan ini merupakan fondasi keberhasilan organisasi.
2. Publisitas, merujuk pada informasi yang disediakan oleh sumber eksternal yang dianggap bernilai berita oleh media. Penempatan pesan ini di media tidak dapat dikendalikan oleh organisasi karena sumber informasi tersebut tidak membayar media untuk menyebarkan informasi tersebut.
3. Periklanan, merujuk pada penempatan informasi di media oleh sponsor yang jelas identitasnya dan membayar untuk ruang dan waktu iklan tersebut. Metode ini memberikan kontrol kepada sponsor dalam penempatan pesan media.
4. Pengelolaan pers, melibatkan penciptaan berita atau peristiwa yang menarik untuk menarik perhatian media massa dan masyarakat.
5. Urusan publik, merupakan aspek khusus dari PR yang bertujuan membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal untuk mempengaruhi kebijakan publik.
6. Lobi, adalah bagian khusus dari PR yang berfokus pada menjalin hubungan dengan pemerintah, terutama untuk memengaruhi pembuatan undang-undang dan regulasi.
7. Manajemen isu, merupakan proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merespons isu-isu kebijakan publik yang dapat memengaruhi hubungan antara organisasi dan publik mereka.

8. Hubungan investor, adalah bagian dari PR dalam perusahaan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik dengan pemegang saham dan pihak terkait lainnya di komunitas keuangan untuk meningkatkan nilai pasar.
9. Pengembangan, adalah bagian spesifik dari PR dalam organisasi nirlaba yang bertanggung jawab membangun dan memelihara hubungan dengan donor dan anggota untuk mendapatkan dukungan finansial dan sukarela.

Dari uraian di atas mengenai keterkaitan antara komunikasi kesehatan dan Public Relations, Health Public Relations (HPR) muncul sebagai inisiatif untuk menjalankan fungsi PR dalam konteks kesehatan atau layanan institusi seperti rumah sakit. Meskipun penelitian tentang HPR masih terbatas, terutama di Indonesia, namun dengan perkembangan teknologi dan dinamika masyarakat, ada potensi besar untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik komunikasi di masa depan. HPR menjadi krusial bagi institusi kesehatan seperti rumah sakit untuk memperkuat atau mempertahankan citra dan reputasi mereka sebagai penyedia layanan kesehatan.

Menurut Thomas L. Harris (dalam Wahid, 2017), citra merupakan proses di mana sesuatu yang awalnya tidak dikenal bertransformasi menjadi sesuatu yang dikenal dan diharapkan muncul suatu penghargaan atau pengakuan. Sementara itu, reputasi institusi, seperti yang dijelaskan oleh Ardianto (dalam Tamburian, 2015), terdiri dari empat dimensi:

- 1) Credibility (Kredibilitas): Citra di mata investor, menunjukkan profitabilitas, stabilitas, dan prospek pertumbuhan organisasi.
- 2) Trustworthiness (Kepercayaan): Citra di mata karyawan, menunjukkan tingkat kepercayaan yang diberikan karyawan pada organisasi, serta kemampuan organisasi untuk memberdayakan dan membanggakan karyawan.
- 3) Reliability (Keterandalan): Citra di mata konsumen, ditandai dengan kualitas produk atau layanan yang dijaga, serta pelayanan yang konsisten dan baik.
- 4) Responsibility (Tanggung jawab social): Citra di mata masyarakat, mencerminkan sejauh mana organisasi membantu dalam pengembangan masyarakat dan peduli terhadap lingkungan.



Gambar 1: Model Reputasi (Sumber: Ardianto, 2009)

Reputasi sebuah entitas, baik itu baik atau buruk, kuat atau lemah, bergantung pada kualitas pemikiran, strategi, dan komitmen manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, juga tergantung pada keterampilan dan energi dalam mengimplementasikan serta mengkomunikasikan semua komponen program yang ada (Adhrianti, 2018). Dari uraian tentang pentingnya citra dan reputasi tersebut, rumah sakit diharapkan membangun citra dan reputasi yang baik melalui Health Public Relations. Mengingat kemajuan teknologi mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi dan berbagi pengalaman mereka dalam menerima layanan kesehatan dari rumah sakit. Pengalaman positif secara langsung dapat membentuk citra dan reputasi rumah sakit di kalangan masyarakat dan pemerintah. Namun, jika pengalaman tersebut negatif, hal tersebut dapat berdampak buruk pada reputasi rumah sakit. Rumah sakit tersebut mungkin akan dianggap rendah oleh masyarakat maupun pemerintah, dan hal ini dapat mengakibatkan ketidakmampuan untuk bersaing dengan rumah sakit lainnya. Oleh karena itu, fungsi Health Public Relations memiliki peran penting dalam mengatasi manajemen isu-isu yang muncul dalam konteks tersebut.

Berdasarkan masalah dan teori yang telah diuraikan di atas, Fakultas Ilmu Kesehatan Sentra Medika memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kepada masyarakat atau organisasi terkait dengan permasalahan tersebut. Untuk berbagi informasi tentang Peran Komunikasi Kesehatan Dalam Pelayanan Rumah Sakit melalui "Health Public Relations". Kegiatan ini akan dilaksanakan di Rumah Sakit Bhakti Husada Cikarang

Informasi yang diperoleh dari diskusi tersebut akan menjadi dasar untuk mencari solusi yang tepat. Setelah melakukan pertimbangan bersama mitra, kegiatan PKM akan dijalankan dengan fokus pada peran komunikasi kesehatan dalam pelayanan rumah sakit melalui "Health Public Relations".

## **METODOLOGI**

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan ini meliputi:

1. Tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari Stikes Sentra Medika menerima undangan dari Rumah Sakit Bhakti Husada.
2. Tim Stikes Sentra Medika berkomunikasi dengan pihak rumah sakit Bhakti Husada untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi serta menentukan jadwal untuk penyelenggaraan seminar atau penyuluhan.
3. Tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari Stikes Sentra Medika menyusun proposal yang berkaitan dengan kebutuhan mitra tersebut.
4. Pelaksanaan seminar atau penyuluhan dihadiri oleh pengelola rumah sakit, dokter, dan karyawan di Rumah Sakit Bhakti Husada.
5. Tahap penyusunan laporan kegiatan PKM dengan tema Peran Komunikasi Kesehatan Dalam Pelayanan Rumah Sakit Melalui "Health Public Relations".

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- Persiapan kegiatan penyuluhan
- Proses pelaksanaan kegiatan penyuluhan
- Pemaparan data tentang keberhasilan kegiatan penyuluhan.

### 1 Persiapan Kegiatan Penyuluhan

Bagian awal persiapan penyuluhan dimulai pada tanggal 20 Desember 2023, saat Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dari Sekolah Ilmu Kesehatan Sentra Medika (Tim Stikes Sentra Medika) melakukan peninjauan lokasi PKM. Setelah peninjauan, Tim PKM STikes Untar mempersiapkan susunan acara untuk kegiatan penyuluhan tersebut. Pada tanggal 20 Desember 2023, kegiatan PKM dilaksanakan dengan tema "Peran Komunikasi Kesehatan Dalam Pelayanan Rumah Sakit Melalui Health Public Relations".

Jumlah peserta dalam penyuluhan tersebut mencapai 59 orang. Tim Stikes Sentra Medika memberikan kuesioner kepada peserta untuk mengukur situasi dan pengetahuan mereka terkait komunikasi kesehatan. Hasil survei menunjukkan bahwa 32% rumah sakit di Kabupaten Bekasi belum memiliki divisi Humas dalam pengelolaannya, namun sebanyak 69% rumah sakit sudah memiliki divisi Humas dalam manajemen pengelolaan mereka. Data tersebut juga menunjukkan bahwa mayoritas rumah sakit di Kabupaten Pringsewu telah memahami pentingnya divisi Humas dalam manajemen rumah sakit.

Pertanyaan kedua dalam kuesioner pertama adalah seberapa penting memberikan layanan yang optimal kepada pasien. Semua responden, atau 100%, menjawab bahwa ini sangat penting. Pertanyaan ketiga adalah pertanyaan terbuka mengenai apakah komunikasi dengan pasien dianggap penting sebagai bagian dari layanan dalam bidang kesehatan. Berikut adalah beberapa jawaban acak yang diberikan oleh peserta:

- "Sangat penting, komunikasi merupakan interaksi antara petugas atau karyawan dengan pasien."
- "Penting untuk menjalin komunikasi yang baik."

Dari hasil kuesioner ini, terlihat bahwa peserta atau pengelola rumah sakit telah menyadari pentingnya pelayanan rumah sakit dan peran bidang hubungan masyarakat (humas) dalam manajemen rumah sakit. Meskipun demikian, Tim Stikes Sentra Medika tetap memberikan informasi mengenai peningkatan pelayanan kepada pasien rumah sakit. Hal ini penting mengingat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang cepat melalui media sosial dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap pelayanan rumah sakit, baik secara positif maupun negatif.

### 2 Proses Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan

Bagian kedua dari proses penyuluhan melibatkan Tim Stikes Sentra Medika yang memberikan presentasi kepada pesertar 2. Presentasi dimulai dengan definisi komunikasi kesehatan, yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya bahwa komunikasi kesehatan merupakan bagian dari interaksi antar manusia yang berfokus pada bagaimana individu dalam masyarakat menghadapi isu-isu kesehatan dan berusaha untuk memelihara kesehatan (Notoatmodjo, 2005). Dua aspek utama dari komunikasi kesehatan adalah transaksi yang spesifik terkait dengan isu-isu kesehatan dan faktor-faktor yang

mempengaruhinya, serta transaksi antara ahli kesehatan, pasien, keluarga pasien, dan masyarakat secara umum.

Manajemen komunikasi kesehatan merupakan bagian penting dari organisasi atau institusi yang bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan, seperti rumah sakit, puskesmas, dan klinik kesehatan lainnya. Bagian yang mengelola manajemen komunikasi ini sebenarnya menjalankan fungsi Public Relations. Dalam konteks rumah sakit atau klinik, Public Relations berfungsi untuk memelihara hubungan jangka panjang dan mengelola reputasi institusi tersebut. Meskipun bergerak dalam sektor kesehatan, fungsi Public Relations di rumah sakit tidak jauh berbeda dengan fungsi PR di bidang lainnya. Tujuan utamanya tetap sama, yaitu menjaga hubungan baik dan reputasi institusi. Berikut ini adalah dokumentasi pembicara yang terlibat dalam penyuluhan "Peran Komunikasi Kesehatan Dalam Pelayanan Rumah Sakit Melalui Health Public Relations".



Gambar 2. Suasana Penyuluhan (Sumber: Data Pribadi)

Setelah menjelaskan beberapa informasi mengenai komunikasi kesehatan dalam konteks pelayanan rumah sakit, Tim Stikes Sentra Medika kemudian memberikan contoh-contoh masalah pelayanan rumah sakit yang sering dibahas di media sosial, berita, dan televisi. Tujuannya adalah agar peserta dapat memahami langkah-langkah yang harus diambil oleh rumah sakit ketika menghadapi situasi krisis.

### **3 Pemaparan data keberhasilan kegiatan penyuluhan**

Setelah melakukan penyuluhan, sangat penting bagi Tim Stikes Sentra Medika untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Tujuan dari pengukuran tersebut adalah untuk mengevaluasi seberapa berhasil kegiatan penyuluhan tersebut. Pertanyaan pertama adalah seberapa puas peserta dengan kegiatan penyuluhan ini, dan seluruh data menunjukkan bahwa 100% dari mereka puas dengan kegiatan penyuluhan yang diberikan oleh Tim Stikes Sentra Medika. Untuk menjelaskan data tersebut, Tim Stikes Sentra Medika melakukan wawancara dengan peserta untuk mengetahui alasan di balik kepuasan mereka. Salah satu peserta mengatakan, "Penyuluhan ini bisa menambah pengetahuan kita terkait pelayanan. Biasanya kita mendapatkan informasi dari dinas kesehatan, tetapi sekarang datang dari kampus. Jadi sudut pandangnya lebih beragam."

Pertanyaan kedua adalah seberapa relevan dan membantu isi kegiatan ini untuk pekerjaan peserta. Hampir semua peserta menjawab bahwa kegiatan penyuluhan tersebut sangat penting dan relevan dengan bidang pekerjaan mereka. Pertanyaan ketiga adalah manfaat yang bisa didapatkan dari kegiatan ini, dan pertanyaan ini dibuat terbuka. Peserta menuliskan pemahaman mereka dari hasil penyuluhan tersebut. Berikut beberapa jawaban peserta:

1. Peran Public Relations sangat penting dalam sebuah lembaga kesehatan.
2. Saya dapat lebih memahami tugas dan peran Public Relations dalam operasional Rumah Sakit.
3. Saya mendapatkan pengetahuan tambahan, terutama dalam menangani keluhan atau masalah yang timbul di Rumah Sakit.

Dari beberapa jawaban peserta, terlihat bahwa kegiatan penyuluhan dengan tema "Peran Komunikasi Kesehatan Dalam Pelayanan Rumah Sakit Melalui Health Public Relations" dapat dikatakan relatif berhasil.



Gambar 3. Suasana Penyuluhan

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kegiatan PKM ini menunjukkan keberhasilan. Hal ini terlihat dari respons positif peserta yang tercermin dari hasil kuesioner, interaksi yang baik antara pembicara dan peserta, serta respons positif dari pemerintah Kabupaten Pringsewu yang langsung menawarkan kerja sama kepada Tim Stikes Sentra Medika untuk melanjutkan kegiatan tersebut.

Saran yang diberikan oleh Tim Stikes Sentra Medika berdasarkan hasil kegiatan PKM adalah diharapkan dapat memperkuat kerjasama yang sudah terjalin dan terus menjaganya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adhrianti, L. (2018). Infografis Penguatan Reputasi Kehumasan Pemerintah melalui Narasi Tunggal Sosialisasi Paket Kebijakan Ekonomi. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 1015-1031. doi:<http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.273>
- Ardianto, Elvinaro (2009). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, M. Scott, Allen H. Center, & Glen M. Broom. (2011). *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Endrawati, Endah. (2015). Penerapan Komunikasi Kesehatan Untuk Pencegahan Penyakit Leptospirosis Pada Masyarakat Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Sleman, Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*. Vol 7, No:1 (2015), hal 1-25. Diakses di: <http://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/4/25>
- Kholisoh, Nur dan Yenita. (2015). Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit "X" di Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 13, No:3 (2015), hal 196-209. Diakses di: <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/1459/1333>
- Prastya, N. (2017). Problem Struktural dalam Praktek Peran Manajerial Public Relations: Kasus Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 107-119. doi:<http://dx.doi.org/10.24912/jk.v8i2.62>
- Schiavo, Renata. (2007). *Health Communication: from Theory to Practice*. US: Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Tamburian, HH. Daniel. (2015). Interpretasi Tagar #Savehajilung Di Kalangan Netizen Pengguna Twitter. *Jurnal Komunikasi* Vol 7, No:1 (2015), hal 81-97. Diakses di: <http://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/9/30>
- Wahid, Umaimah dan Anggun Eka Puspita. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*. Vol 9, No:1 Juli (2017), hal 31-34. Diakses di: <http://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/265/641>