

Strategi Humas Taman Satwa Taru Jurug Kota Surakarta Selama Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Akibat Covid-19 Guna Meningkatkan Pengunjung

Public Relations Strategy Of Surakarta City Taru Jurug Animal Park During The Implementation Of Community Activity Restrictions (PPKM) Due To Covid-19 To Increase Visitors

Ismail Dona Prasetyo¹, Dr. Hering Suryo Sarjono², M.Si, Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom., M.I.Kom³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Prasetyomail47@gmail.com

ABSTRAK

Taman Satwa Taru Jurug kota Surakarta sangat terdampak dengan adanya PPKM akibat pandemi covid-19 ini yaitu dengan menurunnya jumlah pengunjung, sehingga dibutuhkan strategi-strategi yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada saat ini untuk meningkatkan pengunjung dimasa pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas Taman Satwa Taru Jurug kota Surakarta selama pemberlakuan PPKM dalam meningkatkan pengunjung. Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif dengan teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Teori yang digunakan yaitu *Effective Public Relations* dari Cutlip & Center's. Metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini yaitu humas Taman Satwa Taru Jurug kota Surakarta melaksanakan strategi yang pertama Penelitian (*research*) yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta-fakta yang ada dilapangan seperti data jumlah pengunjung, fasilitas-fasilitas yang ada di Taman Satwa Taru Jurug, langkah selanjutnya adalah Perencanaan (*planning*), setelah mendapatkan data-data dari hasil penelitian selanjutnya menyiapkan berbagai perencanaan dan program-program yang dapat meningkatkan pengunjung. Selanjutnya Komunikasi dan Aksi (*communication and action*) yang merupakan langkah untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui sosial media instagram @jurugsolozoo dan mengemas informasi menjadi konten video sesuai minat masyarakat dan langkah yang terakhir Evaluasi (*Evaluation*) yang merupakan langkah untuk mengevaluasi program-program yang sudah dijalankan. Hasil dari strategi yang dilaksanakan tersebut yaitu menghasilkan 4 program kegiatan yang dapat meningkatkan pengunjung yaitu program paket edukasi, program gowes, program memancing, dan program kolaborasi antar wisata.

Kata Kunci : PPKM. Strategi, Humas, Pengunjung.

ABSTRACT

Public Relations Strategy Of Surakarta City Taru Jurug Animal Park During The Implementation Of Community Activity Restrictions (PPKM) Due To Covid-19 To Increase Visitors

Surakarta city Taru Jurug Animal Park is very affected by the PPKM due to the covid-19 pandemic, namely by the decrease in the number of visitors, so strategies are needed that are in accordance with the current situation and conditions to increase visitors during the pandemic. This study aims to determine the public relations strategy of Taman Satwa Taru Jurug Surakarta during the implementation of PPKM in increasing visitors. This research is descriptive qualitative with informant determination technique using purposive sampling and accidental sampling. The theory used is Effective Public Relations from Cutlip & Center's. Methods of data collection by interview, observation and documentation. Data analysis techniques using models from Miles and Huberman. The results of this study are the public relations of Taman Satwa Taru Jurug Surakarta city implement the first strategy of research (research) which aims to collect facts in the field such as data on the number of visitors, facilities in Taman Satwa Taru Jurug, the next step is planning (planning), after getting the data from the results of the study then prepare a variety of planning and programs that can increase visitors. Furthermore, communication and action which is a step to provide information to the public through social media instagram @fittsolozoo and pack the information into video content according to public interest and the last step evaluation which is a step to evaluate the programs that have been run. The result of the strategy implemented is to produce 4 activity programs that can increase visitors, namely educational package programs, gowes programs, fishing programs, and collaboration programs between tours.

Keywords: PPKM. Strategist, Publicist, Visitor.

PENDAHULUAN

Setiap wilayah Indonesia memiliki keberagaman potensi wisata. Indonesia juga memiliki keanekaragaman alam dan budaya masing-masing yang mempunyai potensi untuk dikembangkan. Pariwisata adalah salah-satu sektor penyumbang devisa negara terbesar, mengingat Indonesia adalah negara kepulauan yang dimana memiliki ribuan kawasan wisata di dalam nya. Hal ini dapat membuka lapangan pekerjaan dan juga berdampak bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.

Strategi sangat dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan suatu organisasi. Penyusunan strategi memerlukan kemampuan secara teori serta analisis terhadap keadaan masyarakat sekitar. Keberhasilan akan strategi tersebut dapat berdampak pada kemajuan suatu organisasi, tetapi juga perlu di perhatikan kelemahan, ancaman, tantangan dari strategi yang disusun tersebut.

Strategi secara sederhana adalah perencanaan dan eksekusi dalam suatu aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi merupakan sebuah proses yang menentukan keberadaan perencanaan untuk manajer puncak yang benar-benar bertujuan untuk tujuan jangka panjang durasi perusahaan yang disertai dengan persiapan upaya tentang cara mencapai tujuan yang diharapkan. Sedangkan pengertian khusus dari strategi adalah tindakan yang terus ditingkatkan dan dilakukan sesuai dengan sudut pandang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen untuk masa depan. Dengan

strategi ini, sesuatu hampir dimulai dari apa yang selalu bisa terjadi dan bukan dari apa yang terjadi. Oleh karena itu perencanaan sangat penting untuk mendukung keberhasilan suatu organisasi mencapai tujuan serta untuk mempertahankan keberadaannya (Taufiqurokhman, 2016).

Keberadaan suatu organisasi tidak terlepas dari peran humas di dalamnya. Humas yaitu sebuah fungsi manajemen yang khas yang membantu, membangun dan saling menjaga komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya serta melibatkan manajemen persoalan untuk membantu manajemen agar tetap informatif dan responsif terhadap opini publik, menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum (Cutlip, 2013).

Pengembangan pariwisata daerah harus diawali dengan pemahaman mengenai tantangan dan hambatan yang harus di hadapi. Seperti halnya di kota solo banyak tempat-tempat nongkrong dan banyaknya tempat perbelanjaan mall sehingga anak-anak muda lebih memilih menghabiskan waktunya jalan-jalan di mall dibanding berwisata edukasi di kebun binatang.

Pandemi Covid-19 yang mana muncul pertama kali di Wuhan negara China pada tahun 2019 lalu dan merebak ke seluruh dunia termasuk Indonesia menyebabkan lumpuhnya seluruh bagian sektor seperti ekonomi, budaya, pariwisata, politik dan lain sebagainya. Di Indonesia sendiri covid-19 mulai masuk pada bulan Maret tahun 2020. Covid-19

merupakan jenis virus baru yang penularannya melalui udara, dan juga virus ini dapat menyebabkan sakit pernafasan berat bahkan hingga kematian.

Sektor Pariwisata termasuk kedalam sektor yang sangat terdampak akibat pandemi. Bagaimana tidak, pendapatan negara Indonesia salah satunya bergantung pada sektor pariwisata dan selama pandemi berlangsung hingga sekarang, pemerintah mau tidak mau harus mengurangi mobilitas masyarakat dengan pembatasan ataupun penutupan tempat-tempat yang sangat berpotensi menimbulkan keramaian. Sehingga sektor pariwisata sangat berdampak dengan tidak adanya pengunjung yang datang di tempat wisata yang mengakibatkan tidak adanya pemasukan.

Salah-satu bidang di sektor Pariwisata adalah Kebun Binatang. Kebun binatang merupakan tempat pemeliharaan hewan di lingkungan buatan dan dipertunjukkan kepada publik. Selain itu kebun binatang juga digunakan sebagai tempat riset, pendidikan serta tempat konservasi untuk satwa yang terancam punah. Taman Satwa Taru Jurug merupakan kebun binatang yang berkedudukan di kota Surakarta yang digunakan sebagai sarana hiburan dan edukasi satwa kepada masyarakat. Taman Satwa Taru Jurug terletak di Jl. Ir. Sutami No.109, Jebres, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah, menurut website solozoo.id kebun binatang ini mempunyai 67 spesies dan 331 jenis satwa dan juga ribuan flora didalamnya.

Dalam masa PPKM Darurat yang berlangsung di Indonesia, Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) pastinya mengalami penurunan pendapatan. Kemudian pemerintah mengeluarkan aturan agar semua sektor wisata di Indonesia untuk tidak menerima pengunjung sampai pandemi covid-19 sudah di level aman.

Pengelola Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) melakukan penutupan sementara mematuhi perintah dari Pemerintah Kota Surakarta, penutupan sementara pertama kali dilakukan setelah adanya surat edaran dari Pemerintah Kota Surakarta, Penutupan dilakukan pada tanggal 3–20 Juli 2021 yang kemudian diperpanjang hingga 13 September 2021.

GAMBAR 1 BERITA PENUTUPAN TAMAN SATWA TARU JURUG



Sumber :
<https://radarsolo.jawapos.com>

Penutupan ini mengakibatkan turunnya jumlah pengunjung yang datang ke taman satwa taru jurug, berdasarkan data dari taman satwa taru jurug pada tahun 2020 jumlah pengunjung yang datang yaitu sebanyak 110.793 pengunjung dan pada tahun 2021 sebanyak 158.419 pengunjung jumlah ini tentu sangat turun drastis dibandingkan dengan tahun 2018 dan 2019 yang mana

tahun tersebut sebelum pandemi yaitu pada tahun 2018 ada sebanyak 517.923 pengunjung dan 2019 ada sebanyak 565.012 pengunjung. Dengan menurunnya jumlah pengunjung tersebut sehingga berdampak pada cadangan pangan untuk fauna yang berada dalam kebun binatang ini yang semakin hari semakin menipis, sehingga mengharuskan pengelola untuk melakukan kegiatan donasi pada masyarakat yang bersedia membantu untuk keberlangsungan hewan-hewan yang ada di dalam nya.

Pada tanggal 13 September 2021 Taman Satwa Taru Jurug akhirnya menerima pengunjung kembali setelah penutupan PPKM Darurat di Kota Solo. Meskipun menerima pengunjung Taman Satwa taru jurug harus memberikan syarat kepada pengunjung yang di dasarkan pada aturan Pemerintah Kota Solo yaitu untuk kawasan wisata batasan usia pengunjung minimal 12 tahun ke atas dan sudah vaksin minimal dosis pertama.

Dengan berlakunya aturan batasan usia dan vaksin berdampak pada intensitas jumlah pengunjung yang datang di Taman Satwa Taru Jurug, Hasil observasi awal peneliti dari pembukaan awal 13 September 2021 sampai 17 Oktober 2021, 75% pengunjung harus putar balik di sebabkan rombongan membawa anak dibawah 12 tahun dan juga pengunjung belum melakukan vaksinasi.

Peningkatan pengunjung dalam situasi PPKM di Taman satwa taru jurug ini sangat penting guna melestarikan dan mempertahankan

keberlangsungan wahana konservasi fauna dan menyumbang pendapatan daerah dan juga untuk memenuhi kebutuhan pakan, obat-obatan untuk satwa serta honor konservasi.

Berdasarkan temuan peneliti dalam observasi dan survey awal yang dilakukan oleh peneliti ditemukan fakta yang didapat yaitu bidang humas dan pemasaran secara struktural menjadi satu bagian yaitu bidang pemasaran, akan tetapi tetap menjalankan fungsinya masing-masing.

Humas Taman satwa taru jurug berperan penting dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sebagai humas Kebun binatang yaitu mempromosikan, memasarkan, menjaga citra perusahaan serta melakukan koordinasi dengan beberapa pihak kebun binatang atau instansi lain. Berbagai hal di lakukan pihak Taman Satwa Taru Jurug untuk menyikapi banyaknya pengunjung yang putar balik dikarenakan tidak sesuai dengan aturan pemerintah kota Solo.

Dan pada tanggal 19 Oktober 2021 atas dasar surat edaran pemerintah kota Surakarta, Taman Satwa Taru Jurug kembali menerima pengunjung tanpa batasan usia. Akan tetapi untuk anak dibawah 12 tahun wajib di dampingi oleh orang tua yang sudah di vaksin dan tetap menjalankan protokol kesehatan yang berlaku serta maksimal kapasitas pengunjung yang diperbolehkan masuk yaitu 5000 orang per harinya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, Adapun yang menjadi lokasi penelitian peneliti yaitu di Taman Satwa Taru Jurug. Taman Satwa Taru terletak di jalan Ir. Sutami No. 109, Jebres, Kecamatan Jebres, Kota surakarta, provinsi jawa Tengah 57126. Dan obyek dari peneliti yaitu Humas Pemasaran Taman Satwa Taru Jurug.

Dalam menentukan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dan *Accidental sampling*. Dalam pengumpulan data dari penelitian ini peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan teknik riset lapangan (*field research*) yang merupakan Metode yang digunakan dengan cara mengumpulkan data yang berasal dari lapangan, adapun metode tersebut yaitu Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Analisis menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh (Hardani, 2017) terbagi kedalam tiga alur kegiatan yang secara bersamaan terjadi yaitu (1) reduksi data (*data reduction*), (2) penyajian data (*data display*), dan (3) penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun Strategi Humas Taman Satwa Taru Jurug Dalam Meningkatkan Pengunjung Selama Pandemi Covid-19 yakni sebagai berikut :

1) Penelitian (*research*)

Humas Taman Satwa Taru Jurug pada masa pandemi ini mendapatkan persoalan terkait pandemi covid-19, bidang Humas pemasaran terus mengumpulkan berbagai fakta-fakta yang ada di lapangan dan menganalisis situasi yang terjadi saat ini yaitu pandemi covid-19.

Humas Taman Satwa Taru Jurug mengetahui dengan adanya pandemi ini berdampak pada Taman Satwa Taru Jurug dan juga pemerintah kota Surakarta yang mengeluarkan Surat edaran yang mengatur operasional kawasan wisata di masa pandemi yaitu dengan menerapkan batasan usia dan vaksinasi membuat turunya jumlah pengunjung di Taman Satwa Taru Jurug.

Dengan situasi tersebut Humas Taman Satwa Taru Jurug berkoordinasi dan berdiskusi dengan direktur utama serta bidang pemasaran untuk membahas lebih dalam bagaimana perencanaan selanjutnya yang harus dilakukan untuk menjaga keberlangsungan dari Taman Satwa Taru Jurug. Data-data yang dikumpulkan yaitu berupa data jumlah pengunjung selama masa pandemi ini, fasilitas-fasilitas yang ada di Taman Satwa Taru Jurug dan program yang dijalankan. Hal ini sesuai dengan teori dari Cutlip & Center dalam riset yaitu

Humas dalam memahami gejala ataupun permasalahan diharuskan untuk ikut serta dalam meneliti untuk mengumpulkan fakta-fakta. Dalam meneliti hal tersebut humas atau *public relation* juga harus mengedepankan penyusunan data, klasifikasi data, pengolahan data sedemikian rupa untuk memudahkan dalam pemecahan masalah.

2) Perencanaan(*planning*)

Setelah melalui tahap penelitian Cutlip & Center menjelaskan bahwa seorang humas harus melakukan perencanaan untuk pemecahan masalah. Perencanaan ini di buat atau di susun berdasarkan data hasil penelitian sebelumnya sehingga bukan bersumber dari pendapat pribadi seorang humas.

Dalam kaitan nya dengan perencanaan, Humas Taman Satwa Taru Jurug setelah mengetahui fakta-fakta permasalahan yang ada di lingkungan Taman Satwa Taru Jurug menyiapkan berbagai perencanaan yang nantinya akan mengatasi permasalahan yang ada selama pandemi ini. Perencanaan nya tersebut yaitu dengan memberikan diskon tiket masuk, mempersiapkan sarana dan prasarana sesuai CHSE dan menyiapkan program-program yang dapat meningkatkan pengunjung di masa pandemi, paket edukasi, memancing, gowes, dan kolaborasi antar wisata. dalam

hal penyusunan perencanaan ini Humas Taman Satwa Taru Jurug tetap mematuhi surat edaran walikota Surakarta dan melibatkan seluruh elemen untuk keberhasilan rencana yang sudah disusun.

3) Komunikasi dan Aksi (*communication and action*)

Humas Taman Satwa Taru Jurug melaksanakan berbagai rencana yang sudah disiapkan dalam perencanaan dengan bekerjasama baik dengan internal dan eksternal perusahaan agar program yang di rencanakan berhasil sesuai dengan tujuan awal. Dalam hal penyebaran informasi, Humas taman satwa taru jurug menggunakan berbagai media yang ada untuk menyebarkan informasi seperti media cetak dan digital.

Untuk saat masa pandemi ini Humas Taman Satwa Taru Jurug dalam menyebarkan informasi untuk menarik pengunjung lebih maksimal pada media sosial instagram di masa pandemi ini. Instagram Taman Satwa Taru Jurug sendiri yaitu @jurugsolozoo dengan jumlah pengikut mencapai 14100 pengikut. Dalam memperkenalkan program-program yang telah dibuat juga di sebarakan melalui media sosial dengan beberapa informasi dikemas dalam bentuk video yang disesuaikan dengan minat masyarakat saat ini. Hal ini sesuai dengan teori

cutlip & center dalam hal komunikasi dan aksi yang harus dilakukan oleh humas yaitu dalam hal ini seorang humas harus bisa mengkomunikasikan selama pelaksanaan program yang dibuat-nya agar dapat mempengaruhi sikap dari publik yang bisa mendorong mereka mendukung program yang telah dibuat. Seorang humas juga melakukan kegiatan aksi seperti kegiatan komunikasi yang di dalam nya meliputi komunikasi massa, kelompok ataupun organisasi.

4) Evaluasi (*evaluation*)

Setelah semua proses dari riset, perencanaan dan komunikasi dan aksi telah dilakukan proses selanjutnya dari teori Cutlip & Center yaitu evaluasi. Menurut Cutlip & Center Evaluasi biasanya digunakan untuk mengetahui apakah program yang dilaksanakan sudah selesai atau belum, hal ini juga untuk mengukur keefektifan proses pelaksanaan program secara menyeluruh tetapi juga seorang humas dalam melaksanakan evaluasi harus teliti dan seksama untuk menjaga data dan fakta yang akurat.

Humas Taman Satwa Taru Jurug melaksanakan evaluasi setiap satu bulan sekali yang dilaksanakan disamping koordinasi antar internal perusahaan juga melihat efektifitas atau keberhasilan dari program-program yang

telah atau sedang berjalan di masa pandemi ini, dan mengevaluasi program-program yang sudah atau sedang berjalan yaitu apabila program tersebut baik dan sesuai harapan akan terus dilanjutkan dan apabila program tersebut kurang sesuai harapan akan di ubah strateginya. Proses dari evaluasinya sendiri yaitu menyebarkan lembar koesioner kepada pengunjung yang telah berkunjung ke lokasi taman satwa taru jurug dan membuat link koesioner kepuasan pelanggan di story WhatsApp, setelah mendapatkan hasil dari survei tersebut, hasilnya akan diolah dan di rapatkan pada evaluasi bulanan yang mana data hasil survei berguna untuk kemajuan Taman Satwa Taru Jurug Kota Surakarta. Hasil dari Evaluasi tersebut yaitu dengan berjalan sesuai harapan program-program yang dijalankan dan adanya peningkatan pengunjung yang datang, adanya peningkatan jumlah pengikut instagramnya dan mengetahui faktor yang menghambat dan mendukung dalam pelaksanaan program nya. Dan hal ini sudah sesuai dengan penjelasan teori dari Cutlip & center mengenai proses Evaluasi yang dijelaskan di atas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah di jelaskan di bab sebelumnya, maka dapat di tarik kesimpulan yaitu

Strategi Humas Taman Satwa Taru Jurug selama Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat covid-19 yang dapat meningkatkan pengunjung yang pertama melaksanakan Penelitian (*research*) yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta-fakta yang ada dilapangan seperti data jumlah pengunjung, fasilitas-fasilitas yang ada di Taman Satwa Taru Jurug. langkah selanjutnya adalah Perencanaan (*planning*), setelah mendapatkan data-data dari hasil penelitian selanjutnya menyiapkan berbagai perencanaan dan program-program yang dapat meningkatkan pengunjung. Selanjutnya Komunikasi dan Aksi (*communication and action*) yang merupakan langkah untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui sosial media instagram @jurugsolozoo dan mengemas informasi menjadi konten video sesuai minat masyarakat dan langkah yang terakhir Evaluasi (*Evaluation*) yang merupakan langkah untuk mengevaluasi program-program yang sudah dijalankan.

Hasil dari strategi-strategi yang dilaksanakan tersebut yaitu menghasilkan 4 program kegiatan yang dapat meningkatkan pengunjung yaitu program paket edukasi, program gowes, program memancing, dan program kolaborasi antar wisata. Keempat program tersebut selama pandemi terbukti dapat meningkatkan pengunjung dengan dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengunjung pada satu tahun terakhir, berdasarkan data jumlah pengunjung pada tahun 2020 jumlah pengunjung yang datang yaitu sebanyak 110.793 pengunjung dan pada tahun 2021

ditambah bulan Januari – Maret 2022 sebanyak 260,015 pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaniago, S. (2014). *201716-Perumusan-Manajemen-Strategi-Pemberdayaa*. 12, 87. <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi>
- Cutlip & Center's. (2013). *Cutlip & Center's Effective Public Relation* (eleventh). Harlow : Pearson Education.
- Hardani. (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Issue April). CV. Pustaka Ilmu.
- Hilna. (2012). *Strategi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Terhadap Pengembangan Pariwisata Pantai Marina Di Desa Korong Batu, Kecamatan Pa'jukukang, Kabupaten Bantaeng. Skripsi*.
- IPRA. (2019). *A new definition of public relations*. Ipra.Org. <https://www.ipra.org/member-services/pr-definition/>
- Jurug, P. T. S. T. (2021). *Visi-Misi Taman Satwa Taru Jurug*. Solozoo.Id. <http://www.solozoo.id/berita/profil/visi-misi>
- Karim, Z. (2015). *Peranan Public Relations Dalam Memberikan Informasi Tentang Asuransi Bumi Putera. (Studi Pada PT. Bumiputera Cabang Manado)*. *E-Journal "Acta Diurna," IV(4)*.

- Kessler, E. H. (2013). Strategy and Structure. *Encyclopedia of Management Theory*, June. <https://doi.org/10.4135/9781452276090.n272>
- Lubis, A. (2016). Strategi Komunikasi Public Relation Majalah Laiqa Dalam Meningkatkan Oplah Terjual. *Skripsi*.
- Moegiarso, S. (2021). *Penerapan PPKM untuk Mengendalikan Laju Covid-19 dan Menjaga Kehidupan Masyarakat*. Www.Ekon.Go.Id. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3159/penerapan-ppkm-untuk-mengendalikan-laju-covid-19-dan-menjaga-kehidupan-masyarakat>
- Mulyana. (2019). *Strategi Promosi Dan Komunikasi*. 57–63. <https://doi.org/10.31227/osf.io/v7dfr>
- Nopita. (2016). Strategi Humas Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Visit Lahat 2016 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. *Skripsi*.
- Rahim, Abd & Radjab, E. (2016). *Manajemen Strategi*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xu37y>
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi Dan Aplikasi (Edisi Revisi)* (Ed.Rev., C). PT RajaGrafindo Persada.
- Sitepu. (2011). Professional public relations. In *Journal of the National Medical Association* (Vol. 46, Issue 1). USU press.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Stratejik*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama. <https://doi.org/10.31227/osf.io/gj9de>
- WHO. (2021). *Pertanyaan dan jawaban terkait Coronavirus*. Who.Int. <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>

