

Representasi Nilai Kearifan Ranggawarsita pada Kepemimpinan Kepala Dinas Penerangan Komando Armada II dalam Mewujudkan *World Class Navy*

Afrizal Prasadana, Purwanto

Universitas Pertahanan Indonesia

prasadanarizal@gmail.com

Abstract

Public relations (PR) has an important focus on the ability of a public relations practitioner to carry out leadership functions. The importance of a quality and value of leadership in the world of public relations (excellent leadership in public relations) in managing an organization. On the other hand, leadership in general is universal, but leadership in public relations practice is contextual. Specifically, the context of this research on how the leadership carried out by the head of the Information Service Fleet Command II represents the value of wisdom contained in the fiber and philosophy of life of Ranggawarsita which is applied to internal and external public in order to realize the Navy World Class. Through the constructivist paradigm, researchers conduct qualitative data collection and are processed through descriptive research. The results of this study indicate, (1). Referring to Panca Pratama, the concept of maintaining good relations between public relations leaders and their public, is in accordance with the concept of Amilala (which means to maintain) (2). In making a decision, the head of the office is the head of the information service or the commander of the Koarmada who takes over and all parts of the organization must carry out. This relates to the Javanese concept of accepting pandum. (3). The head of the information service has a positive attitude and outlook on life, so that subordinates will always melu handarbeni, hangrungkebi melu, mulat sarira hangrasa wani in the sense that all achievements obtained by the organization will always be well developed by subordinates.

Keywords: Public Relations, Leadership, Koarmada II, Local Wisdom, Ranggawarsita

Abstrak

Hubungan masyarakat (Humas) memiliki fokus penting pada kemampuan seorang praktisi humas dalam menjalankan fungsi kepemimpinan. Pentingnya sebuah kualitas dan nilai kepemimpinan dalam dunia humas (*excellent leadership in public relations*) dalam mengelola sebuah organisasi. Disisi yang lainnya, Kepemimpinan pada umumnya bersifat universal, tetapi kepemimpinan dalam praktik humas bersifat kontekstual. Secara khusus, konteks penelitian ini tentang bagaimana kepemimpinan yang dilakukan oleh kepala dinas penerangan Komando Armada II merepresentasikan nilai kearifan yang terkandung dalam serat dan filsafat hidup Ranggawarsita yang diterapkan kepada publik internal maupun eksternal guna mewujudkan *World Class Navy*. Melalui paradigma konstruktivis, peneliti melakukan pengumpulan data secara kualitatif dan diolah melalui penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan, (1). Merujuk pada Panca Pratama, konsep menjaga hubungan baik antara pimpinan humas dengan *public*-nya, sesuai dengan konsep Amilala (yang artinya memelihara) (2). Dalam pengambilan keputusan, pucuk pimpinan yakni kepala dinas penerangan atau panglima koarmada yang mengambil alih dan seluruh bagian organisasi harus melaksanakan. Hal ini berkaitan dengan konsep orang Jawa yaitu nerima ing pandum. (3). Kepala dinas penerangan memiliki sikap serta pandangan hidup yang positif, sehingga anak buah akan selalu *melu handarbeni, melu hangrungkebi, mulat sarira hangrasa wani* dalam arti segala prestasi yang diperoleh oleh organisasi akan selalu dikembangkan oleh anak buah dengan baik.

Kata Kunci : Humas, Kepemimpinan, Koarmada II, Kearifan Lokal, Ranggawarsita

PENDAHULUAN

Berkembang selama lima puluh tahun, kajian mengenai *public relations* di Indonesia, hanya berpedoman pada menganut, mengadopsi, bahkan berakhir pada upaya melakukan verifikasi terhadap model dan teori-teori *public relations* yang merupakan hasil dari sejarah intelektual barat (Rahardjo, 2013). Melihat fenomena yang terjadi dalam ranah keilmuan *public relations* di Indonesia, menggali keilmuan berbasis kearifan lokal (*local wisdom*) merupakan solusi dari permasalahan tersebut. Menggali dan mengenali kearifan lokal yang ada di Indonesia, merupakan upaya dan juga langkah yang kooperatif guna menciptakan kesadaran keilmuan dari para akademisi dan peneliti kajian *public relations* Indonesia mengenai urgensi memahami pemikiran filosofis, nilai-nilai budaya serta moral, yang diharapkan dapat membangun gagasan teoritis beserta kajian praktis yang relevan dengan lingkup persoalan *public relations* yang terjadi di Indonesia (Rahardjo, 2013). Secara singkat, alasan peneliti menghubungkan antara kepemimpinan dalam humas atau *public relations* dengan nilai kearifan yang terkandung dalam serat kalatidha dan serat jakalodhang karya R. Ng. Ranggawarsita, adalah adanya keterkaitan antara kondisi yang dialami perkembangan keilmuan *public relations* dan juga kondisi yang dialami oleh R. Ng. Ranggawarsita. Hal tersebut berkaitan dengan gagasan berasal dari Timur yang dianggap tidak rasional, tidak sistematis, serta dianggap tidak kritis. Dari kumpulan anggapan tersebut, para peneliti di Barat menganggap bahwa pemikiran Timur sebagai “bukan filsafat”, lagi-lagi hal tersebut tidak terlepas dari kekuasaan barat yang standarisasi terhadap pemikiran Timur (Rahardjo, 2013). Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengangkat judul penelitian “Representasi Nilai Kearifan Ranggawarsita dalam

Kepemimpinan Kepala dinas penerangan Komando Armada II dalam mewujudkan *world class navy*”. Secara khusus, konteks penelitian ini mengenai bagaimana kepemimpinan yang dilakukan oleh praktisi humas di divisi maupun di organisasinya, yang kemudian dikaitkan dengan nilai kearifan yang terkandung dalam serat kalatidha & serat jakalodhang karya R. Ng. Ranggawarsita. Melalui paradigma konstruktivis, peneliti melakukan pengumpulan data secara kualitatif dan diolah melalui penelitian deskriptif. Penerapan penelitian kualitatif guna menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data secara mendalam (Kriyantono, 2010, h. 56). Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, melalui kegiatan observasi non partisipan & wawancara mendalam (*depth interview*).

Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Penerangan Komando Armada II (Kadispen Koarmada II) beserta jajaran dan staf yang terlibat dalam kepemimpinan dan pelaksana tugas penerangan (Humas) di Komando Armada II. Sebelumnya, Komando Armada II merupakan Komando Utama TNI Angkatan Laut yang lahir pada 30 Maret 1985. Komando ini bermarkas besar di Surabaya, Jawa Timur. dan membawahi wilayah laut Indonesia bagian tengah. Dispen Koarmada II bermarkas di Jl/ Taruna No.1 Ujung, Surabaya.

Dalam penelitian ini, peneliti menghubungkan antara kepemimpinan dalam *public relations* dengan nilai kearifan tentang kepemimpinan yang terkandung dalam serat kalatidha dan serat jakalodhang karya R. Ng. Ranggawarsita, “karya-karya R. Ng. Ranggawarsita (termasuk serat kalatidha & serat jaka lodhang) mengandung nilai-nilai keutamaan hidup, yang secara aksiologi berkaitan dengan etika” (Achmad, 2012, h.36).

Menambahkan pendapat tersebut, Jupriono & Marsih (2011) menjelaskan bahwa karya R. Ng. Ranggawarsita terdapat nilai-nilai luhur sebagai pencerahan kehidupan, hal tersebut tidak terkecuali bagi masyarakat Jawa. Nilai-nilai yang terkandung dalam karya R. Ng. Ranggawarsita merupakan sumber informasi mengenai tingkah laku, nilai-nilai, dan aturan-aturan dalam bertindak. Sebagai contoh, ada beberapa pesan moral yang disuarakan oleh R. Ng. Ranggawarsita melalui serat kalatidha, yaitu jika tidak terdapat perilaku teladan yang dicontohkan oleh seorang pemimpin, mengakibatkan rusaknya Negara/organisasi (Achmad, 2014), Konsep kepemimpinan yang disuarakan oleh R. Ng. Ranggawarsita dalam serat kalatidha & serat jaka lodhang, konsep tersebut merupakan bagian dari kearifan lokal Jawa. Contoh dari kearifan lokal jawa tersebut adalah “*Aja waton ngomong, nanging ngomonga nganggo waton*” (Achmad, 2014), kearifan lokal jawa ini dapat disepadankan dengan *declaration of principle : Tell The Truth* yang dijabarkan oleh Ivy Leedbetter Lee. Secara harfiah kearifan lokal tersebut menjelaskan tentang perilaku seseorang pemimpin yang dalam bertindak dan bertutur kata ingin dihargai oleh orang lain, hendaknya sebelum berbicara agar dapat berpikir terlebih dahulu dan dapat menggunakan dasar yang tepat (Achmad, 2014). Hal tersebut membuktikan bahwa dalam nilai kearifan yang terkandung dalam karya R. Ng. Ranggawarsita, terdapat poin penting, yaitu perlunya penerapan kebenaran dan kejujuran berdasarkan etika dan moral sebagai pondasi kehidupan, termasuk dalam praktik kepemimpinan dari seorang *public relations* (Kriyantono, 2014).

Nilai-nilai kearifan serat kalatidha & serat jakalodhang karya R. Ng. Ranggawarsita dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam pengelolaan dan

pelaksanaan manajemen yang sedang dijalankan, khususnya dalam hal kepemimpinan dalam sebuah organisasi. Hal tersebut, sama halnya dalam pelaksanaan kegiatan *Public Relations* dalam sebuah organisasi. Menurut Kriyantono (2014, h. 365) *Praktik Public Relations* adalah proses manajemen, dalam proses manajemen tersebut membutuhkan strategi atau metode yang terencana dan sistematis. Sehingga dapat diambil kesimpulan, bahwa nilai kearifan serat kalatidha & serat jakalodhang yang telah dijelaskan diatas, dapat merujuk untuk menjelaskan bagaimana konsep kepemimpinan, yang harus dimiliki praktisi *public relations* dalam melaksanakan pekerjaannya dalam hal ini dilaksanakan oleh Dinas Penerangan Komando Armada II.

METODE PENELITIAN

Pada dasarnya penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian Eksploratif. Menurut Kriyantono (2010) Penggunaan jenis atau tipe riset eksploratif bertujuan untuk menggali data tanpa mengoperasionalisasi konsep atau menguji konsep pada realitas yang diteliti.

Lofland (dalam Moleong, 2007, h. 157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang selebihnya adalah tambahan atas data pendukung yang berupa dokumen dan lain lain. Oleh karena itu, Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil observasi non-partisipan & wawancara mendalam dengan para praktisi *public relations* yang berada dalam jajaran top manajemen (pemimpin) Dinas Penerangan Komando Armada II yang telah berupa transkrip hasil observasi & wawancara yang kemudian di kategorisasikan. Berdasarkan sumber data tersebut peneliti mendapatkan alasan yang

rinci dari jawaban responden yang antara lain mencakup opininya, motivasinya, nilai-nilai ataupun pengalaman-pengalamannya (Kriyantono, 2010, h.64), sehingga dapat memperkaya data yang diperoleh guna laporan hasil penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam (*depth Interview*), metode ini merupakan metode riset dimana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden/informan (Milena, Daynora, dan Alin, 2008). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini antara lain melalui Observasi Non-Partisipan, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Teknik pemilihan informan yang diterapkan dalam penelitian ini, menggunakan teknik purposif (*purposive sampling*). Teknik purposif ini merupakan teknik pemilihan informan melalui kegiatan seleksi terhadap informan yang akan dibutuhkan dalam penelitian berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan diadakan penelitian (Kriyantono, 2010). Penelitian ini menggunakan Analisis Triangulasi dan Authenticity. Analisis Triangulasi menurut Moleong (2012, h.330) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini berusaha melakukan analisis terhadap kepemimpinan yang dilakukan oleh para praktisi *public relations* dalam menjalankan kinerja di divisi yang mereka pimpin, dan kepemimpinan tersebut merupakan realitas yang terbentuk dari konstruksi sosial yang telah dilakukan terus menerus oleh *public relations*. Maka kepemimpinan yang dilakukan oleh praktisi *public relations* akan berbeda-beda

tergantung pada pengalaman masing-masing praktisi *public relations*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini mendialogkan hasil temuan dari proses penelitian yang berfokus pada aktivitas kepemimpinan yang dilakukan oleh Kepala Dinas Penerangan Komando Armada II yang dipengaruhi oleh perspektif lokal & Kearifan Lokal yang dioptimalkan guna mewujudkan *World Class Navy*.

Konstruksi konsep humas mempengaruhi Hubungan Pimpinan Humas terhadap sasaran Publik Humas yaitu pada publik internal (sebagai anggota yang dipimpin) dan eksternal.

Berdasarkan hasil dialog antar data yang ditemukan tentang publik sasaran Humas, hasilnya menunjukkan bahwa publik sasaran Humas terbagi menjadi dua, yakni publik sasaran internal dan eksternal dari organisasinya. Menurut beberapa literatur seperti Jefkins (1992) dan Kriyantono (2012), mengatakan bahwa Humas atau *public relations* memiliki dua publik yakni internal dan eksternal. Berarti seharusnya untuk menjaga kondusifitas organisasi, dalam aktivitasnya Humas tidak hanya melakukan aktivitas yang berhubungan dengan publik eksternal saja tetapi juga publik internalnya. Namun, hal ini tidak sepenuhnya menjadi sebuah hal yang salah jika melihat definisi Humas di Indonesia yang diambil dari *public relations* yang dalam hal ini menurut Soenarjo (dikutip di Soemirat & Ardianto, 2007, h.103) “istilah *public* diartikan sebagai “masyarakat”, sedangkan *relations* diartikan sebagai “hubungan”.

Jika kita menilik lebih jauh, kedekatan yang dibangun antara Humas dan Publik-nya (Internal & Eksternal), merupakan gambaran dari sebuah Nilai Kearifan dalam praktik Kepemimpinan.

Secara sadar maupun tidak, kepala dinas penerangan Komando Armada II, membangun jalinan hubungan yang baik antara instansi dan publiknya.

Hal ini sesuai dengan, penggambaran kearifan Kepemimpinan Jawa, merujuk pada Panca Pratama, konsep menjaga hubungan baik antara pimpinan humas dengan publik-nya, (dikutip di Partakusumo, 1998, h.18–19), sesuai dengan konsep yang pertama, yakni *Amilala* (yang artinya memelihara, memanjakan), suatu ajaran tentang mengganjar dan menaikkan pangkat anak buah (dalam hal ini publik internal & publik eksternal) yang baik pekerjaannya, atau jalinan relasinya dengan divisi humas atau instansi. Kita juga dapat merujuk pada konsep yang kedua, yaitu; *Amiluta* (membujuk, membelai, menyayangi), sebuah ajaran yang dimaksudkan seorang pimpinan hendaknya mampu mendekati punggawa (dalam hal ini publik internal maupun eksternal dari divisi humas) melalui tindakan yang membangkitkan rasa memiliki dan loyalitas kepada pimpinan (divisi humas/penerangan).

Kemampuan menjalin hubungan dengan publik lah yang terimplementasi ke dalam aktivitas manajerial *public relations*.

Pentingnya kemampuan menjalin hubungan dengan publik diperkuat oleh pendapat Wu (2005) yang mengatakan bahwa masyarakat Asia memiliki nilai budaya kolektif yang mana dalam budaya Asia kemampuan untuk membangun suatu hubungan melalui komunikasi interpersonal menjadi kemampuan utama yang sangat penting untuk dimiliki praktisi Public Relations. Gunaratne (dikutip di Littlejohn & Foss, 2009) menegaskan bahwa perspektif Timur menekankan pada harmonisasi dengan lingkungan/situasi.

Indonesia yang merupakan negara di Asia artinya juga memiliki budaya kolektif sehingga Humas di Indonesia merasa bahwa hubungan baik merupakan kunci dari kesuksesan seorang Humas sehingga dapat menciptakan keharmonisan antara organisasi dengan publik. Keadaan harmonis juga menjadi salah satu dari kaidah dasar pada masyarakat Jawa yang menurut Suseno (2003) keadaan harmonis ini merupakan tujuan dari prinsip kerukunan yang berarti manusia berada di kondisi seimbang, tentram dan damai, tanpa adanya konflik, dan saling tolong menolong.

Hal ini terimplementasi melalui cara Humas menjalin hubungan dengan media masa adalah dengan mengajak media masa untuk bertemu sehingga Humas dapat berkomunikasi dengan media masa. Bertemu dengan media masa ini dapat dilakukan dalam bentuk formal seperti gathering yang bertujuan untuk bersilaturahmi dan juga cara yang tidak formal atau diluar kegiatan organisasi seperti berkumpul untuk ngopi di café atau mall, mengundang makan, dan menghadiri acara-acara pribadi. Hal ini sesuai dengan peradaban masyarakat Jawa pada umumnya yang didukung oleh kemampuan berkomunikasi yang berkaitan dengan aspek interaksi sosial yang memerlukan sarana dan prasarana komunikasi yang memadai (Purwadi, 2011). Pada masyarakat Jawa beberapa sarana komunikasi untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan damai seperti selamatan, arisan, yasinan, acara perkawinan, sunatan, Muharaman, dan sinoman (Kriyantono, 2014).

Pengambilan keputusan cenderung dengan musyawarah mufakat lebih ditemukan pada instansi yang melibatkan Humas pada pengambilan keputusan strategis.

Berdasarkan kecenderungan data mengenai keterlibatan Humas dalam proses pengambilan keputusan, seluruh Humas yang menjadi informan mengaku tidak dilibatkan dalam seluruh proses pengambilan keputusan namun hanya keputusan mengenai Humas saja yang melibatkan Humas dalam proses pengambilan keputusannya. Hal tersebut diperkuat dengan teori *Excellence* yang mengatakan bahwa keterlibatan *public relations* dalam fungsi manajemen strategis juga memungkinkan terjadinya pengambilan keputusan secara lebih objektif (Bowen & Rawlins, 2010). Keputusan organisasi akan menjadi lebih baik karena dibuat berdasarkan perspektif *public relations*, sehingga mencerminkan kualitas hubungan dengan publik (Kriyantono, 2014). Hal ini berarti seharusnya Humas dilibatkan dalam setiap proses pengambilan keputusan organisasi. Untuk mendapatkan data yang lebih dalam peneliti menemukan kecenderungan bahwa pada saat Humas dilibatkan, Humas dilibatkan pada keputusan-keputusan yang berhubungan dengan Humas. Data mengenai cara pengambilan keputusan Humas menyebutkan adanya kecenderungan bahwa semakin keputusan yang diputuskan itu bersifat strategis maka cara pengambilan keputusannya adalah dengan cara musyawarah mufakat. Menurut Suseno (2003), orang Jawa memiliki kecenderungan menggunakan musyawarah dibandingkan dengan gaya *western* yang mengambil keputusan melalui *voting*. Suseno (2003) menjelaskan bahwa fungsi musyawarah bertujuan agar setiap individu dapat mengemukakan pendapat, sehingga tidak didominasi oleh satu pihak agar semua pihak dapat menyetujui keputusan yang diambil secara bersama.

Berdasarkan paparan tentang musyawarah yang merupakan cara untuk mengambil keputusan yang strategis,

memperlihatkan bahwa perspektif lokal Indonesia yang memandang musyawarah sebagai cara terbaik dalam mengambil keputusan mempengaruhi aktivitas Humas dalam mengambil keputusan. Jika keputusan tersebut merupakan keputusan yang strategis, maka Humas akan cenderung dilibatkan dalam musyawarah, namun jika keputusan tersebut merupakan keputusan teknis, maka cara yang diambil cenderung dengan *voting* dan diputuskan sendiri oleh Humas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil serta pembahasan mengenai aktivitas kepemimpinan dan kelembagaan Humas, dapat disimpulkan bahwa aktivitas kepemimpinan dan kelembagaan di Indonesia dipengaruhi oleh perspektif lokal & Kearifan Lokal yang membuat perspektif Barat yang dianggap sebagai teori normative *public relations* tidak sepenuhnya bisa diterapkan di Indonesia. Dari hasil penelitian, peneliti menemukan beberapa proposisi, sebagai berikut:

Konstruksi konsep humas mempengaruhi hubungan Pimpinan Humas terhadap sasaran publik humas yaitu pada publik internal (sebagai anggota yang dipimpin oleh Manager Humas) dan eksternal,

Kemampuan menjalin hubungan dengan publik lah yang terimplementasi ke dalam aktivitas manajerial *public relations*, Pengambilan keputusan cenderung dengan musyawarah mufakat lebih ditemukan pada instansi yang melibatkan Humas pada pengambilan keputusan strategis, Fungsi Humas juga dijalankan oleh lembaga pemerintahan seperti Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut Republik Indonesia di dalam mengkomunikasikan kinerja dan program-programnya kepada anggotanya maupun masyarakat. Menjunjung tinggi kebenaran, kejujuran, keadilan, kepastian dan manfaat sebagai wujud pertanggungjawaban terhadap

publik. Dalam hal ini, Dinpen Koarmatim II adalah unsur pelaksana staf khusus TNI AL yang berada di bawah Pangarmatim. Dinas ini bertugas untuk menyelenggarakan fungsi hubungan masyarakat melalui pengelolaan dan penyampaian pemberitaan atau informasi serta kerjasama atau kemitraan dengan media massa dalam rangka pembentukan opini masyarakat yang positif bagi pelaksanaan tugas TNI-AL” (Sumber: Orgapros Koarmatim).

Guna mencapai tujuan agar hubungan dinas penerangan dengan publiknya bisa berjalan dengan baik, serta guna mewujudkan *World Class Navy*, maka Dinpen Armatim melakukan beberapa kegiatan kehumasan yang dipengaruhi oleh perspektif lokal & Kearifan Lokal. Namun yang terkadang menjadi kendala adalah keterbatasan fasilitas serta minimnya dana, karena menurut UU No. 34 Tahun 2004 Tentang Tentara Nasional Indonesia tidak boleh berbisnis. Sehingga disini dalam mengimplementasikan kegiatannya, Dinas Penerangan Koarmatim melakukan strategi Media Relations, yang bersifat mengelola relasi dan mengembangkan media online agar tujuan tetap bisa tercapai.

Melihat pada limitasi dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap agar penelitian-penelitian dengan tema aktivitas *Public Relations* berdasarkan perspektif lokal berikutnya dapat menggunakan informan dengan jumlah cakupan yang lebih luas sehingga dapat dikatakan ideal untuk penggeneralisasian data. Dengan demikian maka data yang diperoleh akan lebih akurat dan mewakili populasi. Serta dikemudian hari, diharapkan semakin banyak para peneliti yang berani dan mampu membahas tentang korelasi antara konsep kearifan lokal Ranggawarsita dengan kepemimpinan Humas yang ada di Indonesia, khususnya Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemi. (1975). *Dasar-dasar public relations*. Bandung: Alumni
- Achmad, S.W. (2012). *Wisdom van java: mendedah nilai-nilai kearifan jawa*. Yogyakarta: In AzNa Books.
- Ardianto, E. (2011). *Handbook of public relations: pengantar komperehensif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Basrowi. & Suwandi. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bowen, S., Rawlins, B., & Martin, T. (2010). *Best practice for excellence in public relations from overview of the public relations function*. Harvard: Harvard Business Publishing.
- Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (2006). *Effective public relations* edisi kesembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Creswell, J.W. (2003) *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (2nd eds). California: Sage Publications.
- Daymon, C. Holloway, I. (2011). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. (2nd eds.). New York: Routledge.
- Endraswara, S. (2013). *Falsafah kepemimpinan Jawa*. Yogyakarta: Narasi
- Effendy, O. U. (1992). *Hubungan masyarakat: suatu studi komunikologis*. Bandung: Rosdakarya
- Grunig, J. (2013). *Excellence in public relations and communication management*. New York: Routledge. Tersedia dari NetLibrary database

- Idrus, M. (2009). Metode penelitian ilmu sosial: pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Jakarta: Erlangga
- Haryanto, S. (2013). Dunia simbol orang Jawa. Yogyakarta. Kepel Press
- Jefkins, F. (2003). *Public relations*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, R. (2010). Teknik praktis riset komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono, R. (2012). *Public relations & crisis management*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono, R. (2014). Teori *public relations* perspektif barat & lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Liliweri, A. (2007). Dasar-dasar komunikasi antarbudaya. Jogjakarta: Pustaka Pelajar