

ETNIS MINORITAS DALAM DUNIA PENDIDIKAN

(Strategi Komunikasi *Public Relations* Perguruan Tinggi dalam Menyikapi Isu Intoleransi di Kota Yogyakarta)

Latifa Zahra

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Widy Mataram
ifayuki@gmail.com

Abstaksi

Yogyakarta terkenal sebagai Kota Pendidikan. Pelabelan ini memiliki konsekuensi bahwa Yogyakarta merupakan kota yang multi-etnis. Sebagai pusat pendidikan di Indonesia, tentunya banyak masyarakat dari seluruh wilayah yang datang ke Yogyakarta. Beberapa tahun terakhir, Yogyakarta menerima hasil survey menjadi kota 10 besar yang intoleran. Hal ini berpengaruh terhadap citra yang dimiliki oleh kota ini. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memperlihatkan isi dari Instagram milik perguruan tinggi di Yogyakarta yang memiliki unsur budaya, etnis ataupun agama kemudian dibandingkan satu dan lainnya.

Kata kunci : Pendidikan, Etnis, Budaya, Humas

Abstract

Yogyakarta is well known as the City of Education. This labeling has the consequence that Yogyakarta is a multiethnic city. As the center of education in Indonesia, of course many people from all regions come to Yogyakarta. In recent years, Yogyakarta has received a survey result to become the top 10 intolerant city. This has an effect on the image that this city has. This study uses a qualitative descriptive method which shows the contents of Instagram belonging to universities in Yogyakarta which have elements of culture, ethnicity or religion and then compared to one another.

Keywords : Education, Ethnicity, Culture, Public Relations

Pendahuluan

Bhineka Tunggal Ika, berbeda-beda tapi tetap satu jua menjadi slogan yang selalu dibanggakan Bangsa Indonesia. Sebagai sebuah kebanggaan, Bhineka Tunggal Ika selalu didengungkan sebagai kunci persatuan. Indonesia memiliki 34 provinsi yang didalamnya terdapat berbagai macam suku. Dilansir Badan Pusat Statistik (BPS) (November, 2019) Indonesia terdapat 633 kelompok suku besar yang dimiliki Indonesia. Tentunya angka ini merupakan angka yang tidak sedikit untuk ukuran suku di sebuah negara.

Ananta dkk (2015) menyebutkan bahwa jumlah suku terbesar di Indonesia adalah Suku Jawa diikuti oleh Suku Sunda. Keduanya merupakan suku yang berada di Pulau Jawa. Kemudian setelah itu suku terbanyak berikutnya adalah Suku Melayu yang berdomisili mayoritas di Pulau Sumatra, yang lainnya menyusul dibelakang kedua ketiga suku mayoritas ini.

Akses pendidikan, terutama dengan jenjang perguruan tinggi di Indonesia masih terpusat di Pulau Jawa. Dilansir tribunnews.com (2019), menyatakan bahwa enam Perguruan Tinggi terbaik yang ada di Indonesia terdapat di Pulau Jawa. Ke-enam perguruan tinggi tersebut adalah Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Institut Pertanian Bogor, Universitas

Brawijaya, Universitas Gadjah Mada dan Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya. Maka dengan dilansirnya data ini dapat diasumsikan bahwa banyak calon mahasiswa atau bahkan orang tua wali yang menginginkan putra putri mereka mendapatkan pendidikan yang dinilai baik, sehingga berusaha untuk mendapatkan pendidikan di Pulau Jawa. Angan-angan untuk mendapatkan pendidikan yang baik karena menempuh pendidikan ditempat yang baik pula bukanlah angan-angan yang kosong belaka.

Yogyakarta, sebagai Kota Pelajar adalah ikon pendidikan yang terkenal di Indonesia. LLDIKTI Wilayah V (lldikti.ristekdikti.go.id : 2018, diakses 16 November 2019) menyebutkan Yogyakarta memiliki 102 akademi pendidikan yang terdiri dari jenjang universitas, institut, sekolah tinggi, politeknik dan akademi komunitas. Kekayaan pendidikan Kota Yogyakarta merupakan modal yang luar biasa untuk menjadikan pondasi yang baik masa depan calon-calon penerus bangsa.

Namun akhir-akhir ini, Yogyakarta dihantam dengan isu – isu mengenai intoleransi. Baik itu intoleransi terhadap umat beragama ataupun kepada etnis-etnis minoritas.

Gambar I. Infografik mengenai kasus-kasus intoleransi di DIY



(Sumber : twitter.com diakses 16 November 2019)

Dalam lima tahun terkahir puluhan kasus mengenai intoleransi di Yogyakarta mencuat. Bahkan penelitian yang dilakukan Setara Institut menyebutkan hal yang mirip. Setara Institut (kumparan.com : 2019, diakses 16 November 2019) merilis hasil penelitian yang menyebutkan bahwa Yogyakarta tidak termasuk 10 besar kota yang toleran. Yogyakarta justru berada diposisi empat puluhan tertinggal dengan Kota Singkawang ataupun Ambon yang justru memiliki sejarah konflik agama ataupun etnis.

Pengusiran warga di Kabupaten Bantul, Yogyakarta karena bukan penganut paham keagamaan yang sama (voaindonesia.com : 2019, diakses 22 Agustus 2019), kemudian pada tahun 2018, terdapat penolakan pemakaman seorang warga didaerah Kotagede karena menganut agama yang berbeda dengan mayoritas warga yang tinggal disana (Kusuma, 2018) adalah contoh dari

beberapa kasus intoleransi yang terjadi di Yogyakarta. Lebih jauh, bukan hanya kasus intoleransi agama yang terjadi di Yogyakarta, kasus kekerasan terhadap mahasiswa Papua ikut menambah jejeran kasus yang membuktikan ke-intoleransian yang terjadi di kota ini (tirto.id : 2019, diakses 22 Agustus 2019). Kasus yang paling anyar (Bbc.com, 2019 diakses 17 November 2019) adalah dibubarkannya secara paksa pelaksanaan ibadah warga Hindu di daerah Bantul, Yogyakarta.

Temuan ini sedikit banyak pasti mempengaruhi perspektif masyarakat. Mengenai opini yang terbentuk Kota Yogyakarta baik sebagai Kota Pelajar maupun Kota Budaya. Opini yang menyebar secara liar tentu memiliki berbagai dampak bagi stabilitas pendidikan di Kota Yogyakarta. Citra Yogyakarta sebagai Kota Pelajar yang berhati nyaman sudah mulai dipertanyakan. Pendidikan di Kota Yogyakarta tidak hanya menarik bagi pelajar dari Yogyakarta sendiri namun juga populer bagi pelajar di luar Kota Yogyakarta.

Public Relations adalah garda terdepan bagi sebuah instansi. Tidak terlepas apakah itu instansi bisnis, pemerintah ataupun instansi pendidikan. Semua instansi tersebut membutuhkan *public relations* sebagai jembatan pemberitaan. *Public relations* juga merupakan divisi yang seharusnya menjaga citra sebuah instansi. Peran besar inilah yang diemban oleh divisi ini. Citra bukan hanya dibangun dalam kurun waktu yang sekejap. Citra yang baik dibangun dan dipupuk sehingga tanpa disadari sudah melekat dibenak masyarakat.

Citra Kota Yogyakarta yang berhati nyaman sedang mengalami kemerosotan. Beberapa kasus yang dipaparkan diatas tentunya akan berpengaruh baik secara internal maupun eksternal institusi. Tidak hanya itu, perguruan tinggi secara luas dapat dipandang sebagai salah satu pembentuk citra kota.

Salah satu tugas dari seorang *public relations* adalah membangun citra juga di media sosial. Apalagi di era dimana seluruh masyarakat dapat dengan mudah mengakses media sosial melalui dunia maya. Imam (2020) memperlihatkan data mengenai penggunaan Instagram pada tahun 2020 ini sebagai berikut :

Gambar 2. Data Pengguna Instagram di Indonesia Januari-Mei 2020



Tingginya angka pengguna Instagram tentu dapat diartikan bahwa media sosial ini adalah salah satu media sosial yang populer dan sering dikunjungi oleh penggunanya di Indonesia. Melihat

latar belakang ini, maka penelitian ini ingin menilik bagaimana *public relations* perguruan tinggi di Yogyakarta membingkai isu etnisitas yang terjadi yang marak terjadi Yogyakarta.

Pendidikan adalah upaya pemberian modal akademis bagi calon – calon penurus bangsa. Melalui pendidikan manusia berproses dengan tujuan menjadi lebih baik. Namun dalam perjalannya ternyata pendidikan juga berproses dan memiliki andil dalam menjaga citra dari kota dimana tempat mereka bernaung. Oleh karena itu penelitian ini membatasi pada jenjang akademik perguruan tinggi sebagai jenjang akademik dimana popularitas pendaatangnya lebih banyak dibandingkan dengan jenjang akademik yang lain.

Melihat latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut, bagaimana *public relations* perguruan tinggi dalam membingkai isu intoleransi Kota Yogyakarta?

Metode

Penelitian ini memiliki wilayah penelitian yang sempit hanya pada Perguruan Tinggi. Melihat hal tersebut maka, peneliti merasa pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang relevan untuk penelitian ini. Landasan dari penelitian ini sendiri adalah fenomena intoleransi di Kota Yogyakarta. Bungin (2007) menjelaskan bahwa bahwa pendekatan kualitatif sendiri memiliki ciri – ciri, yaitu :

- a. Memiliki wilayah penelitian yang sempit.
- b. Variabel yang digunakan sederhana, namun rumit dalam tataran konten.
- c. Pendekatan kualitatif berada pada kedalaman penelitian
- d. Pendekatan kualitatif mempersoalkan mengenai makna dari sebuah realita.
- e. Pendekatan kualitatif mempertanyakan mengenai sebuah fenomena yang terjadi.
- f. Pengukurannya cenderung rumit karena alat ukur yang digunakan adalah peneliti sendiri.
- g. Perekam data yang digunakan bisa peneliti sendiri tanpa atau alat.

Menurut Bodgan dan Taylor (1975), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang bisa diamati (dalam Moleong, 2008 : 4). Jenis penelitian dari penelitian ini sendiri merupakan kualitatif deskriptif.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa penelitian ini ingin memperlihatkan bagaimana *public relations* Perguruan Tinggi menentukan dan menimplementasikan strategi komunikasinya dalam menghadapi isu intoleransi di Kota Yogyakarta. Hal ini menyebabkan praktisi-praktisi *public relations* di perguruan tinggi menjadi subjek utama dalam penelitian ini Penggunaan subjek penelitian yang lebih dari satu sumber merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas dari penelitian studi kasus (Yin dalam Rianto, 2008 : 94).

Perguruan Tinggi yang digunakan sebagai subjek penelitian adalah perguruan tinggi favorit di Yogyakarta yang telah dilansir oleh akurat.co (2020) yaitu :

Tabel 1. Delapan Besar Universitas di Yogyakarta

No	Nama Perguruan Tinggi
1	Universitas Gadjah Mada
2	Universitas Negeri Yogyakarta
3	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

4	Universitas Islam Indonesia
5	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
6	Universitas Ahmad Dahlan
7	Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
8	Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Sebagai data pendukung, teks saluran komunikasi yang lain juga akan menjadi tambahan data bagi penelitian ini. Sumber-sumber informasi dari media massa seperti pemberitaan di media cetak, juga akan dikaji untuk memperlihatkan gambaran bagaimana *public relations* perguruan tinggi ini membingkai citra di media sosial.

Lokasi penelitian ini adalah perguruan tinggi yang ada di Kota Yogyakarta. Secara khusus perguruan tinggi yang dimaksud adalah perguruan tinggi favorit di wilayah Kota Yogyakarta. Peneliti percaya bahwa perguruan tinggi ini memiliki pengaruh terhadap citra Kota Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan dimana analisis datanya bersifat induktif. Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif virtual. Dimana nanti peneliti akan mengumpulkan, menghitung dan menganalisis unggahan milik kedelapan perguruan tinggi tersebut

Hasil dan Pembahasan

Grunig dan Hunt dalam Baskin dan Lattimore (1997) mendefinisikan *public relations* sebagai “the management of communication between an organization and its public” atau dalam bahasa diartikan menjadi unit pengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya. Senada dengan Grunig dan Hunt, Jefkin (1996) melihat *public relations* merupakan unit yang terdiri dari seluruh kegiatan komunikasi yang terencana dengan semua publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik.

Kedua definisi diatas memperlihatkan kesamaan upaya pengelolaan informasi dan komunikasi baik dari organisasi ke publik ataupun sebaliknya. Definisi *public relations* diatas secara tidak langsung juga memperlihatkan fungsi dari *public relations*. Harlow dalam Ruslan (1999) menyebutkan bahwa *public relations* merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dari tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama serta pemenuhan kepentingan bersama.

Ngurah (1999) akhirnya menyimpulkan bahwa *public relations* adalah “*relations with public*”. Dengan menyebutkan bahwa public relations memiliki tujuan adalah menjalin kerjasama, tentunya perlu disadar bahwa jalinan ini bukan hanya jalinan kepada pihak eksternal namun juga dukungan jalinan dari pihak internal.

Menurut UU Republik Indonesia No 12 tahun 2012 tentang Pendidikan, Perguruan tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor dan program profesi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia. Perguruan tinggi adalah institusi tertinggi dalam sebuah lembaga pendidikan formal. Sebagai sebuah lembaga, *public relations* perguruan tinggi seharusnya memiliki andil dalam pengolahan informasi. Di era keterbukaan informasi publik ini, tata kelola komunikasi di lembaga pendidikan tinggi di Indonesia dapat dikatakan baik, dengan adanya sistem komunikasi dua arah dengan publik internal dan media massa (Kriyantono, 2018) sebagai salah satu pihak eksternalnya.

Membicarakan mengenai *public relations* lekat dengan citra. Seperti yang telah dituliskan sebelumnya, *public relations* seharusnya memiliki andil dalam membentuk ataupun mempertahankan citra institusi dengan merumuskan strategi komunikasi yang dirasa paling baik bagi institusinya. Peran *Public relations* ini disampaikan oleh Ike Devi Sulistyanyingtyas (2013) dalam penelitiannya mengenai Peran Strategis *Public Relations* di Perguruan Tinggi. Penelitian ini menjelaskan bahwa citra positif berangkat dari bagaimana institusi mengelola kualitasnya sendiri sehingga terbangun kepercayaan antara institusi dengan institusi lain ataupun dengan mitranya. Peran komunikasi sangatlah penting, khususnya saat mengimplementasikan strategi.

Tabel 2. Jumlah Postingan Instagram PT

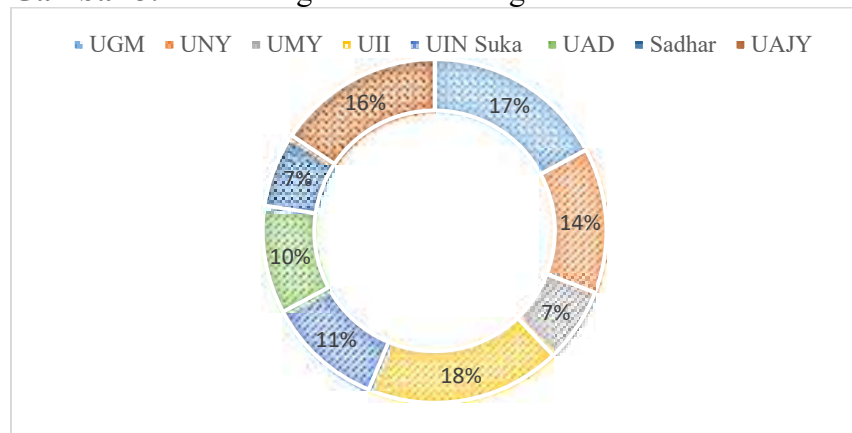
No	Perguruan Tinggi	Unggahan Berbau Etnisitas (Juli 19 – Jan 20)
1	Universitas Gadjah Mada	44
2	Universitas Negeri Yogyakarta	35
3	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	18
4	Universitas Islam Indonesia	47
5	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	28
6	Universitas Ahmad Dahlan	26
7	Universitas Sanata Dharma Yogyakarta	18
8	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	40

Data diatas merupakan jumlah unggahan yang dilakukan oleh ke delapan Perguruan Tinggi (selanjutnya disebut PT) terhitung sejak Juli 2019 hingga 1 Januari 2020. Pada tahun 2019, keseluruhan waktu dilihat dikarenakan pada tahun ini adalah tahun dimana Yogyakarta sedang bergejolak dengan meningkatnya isu etnisitas. Etnisitas ini sendiri tidak hanya berkutat pada suku namun juga agama.

PT tinggi diatas memiliki jumlah unggahan yang berbeda dalam intesitas yang sama. Unggahan mengenai etnisitas paling banyak diperlihatkan oleh Universitas Islam Indonesia (UII) sebanyak 47 tautan, dibawahnya adalah UGM, kemudian paling rendah adalah UMY dan Sanata Dharma. Secara grafik inilah perbandingan besaran tautan Instagram PT yang telah dihitung :

Perbandingan Tautan Instagram PT

Gambar 3. Perbandingan Tautan Instagram PT



Hal yang menarik diperlihatkan pada tautan yang didapatkan dan telah di tangkap layar serta dilampirkan pada laporan ini, bahwa PT dengan citra sebagai PT berlandaskan keagamaan memiliki tautanyang mencerminkan keagamaan mereka. Seperti UII dan UMY dan UAD, mayoritas tautannya sangat memperlihatkan identitas keagamaa mereka. Bisa dikatakan bahwa tautan yang berbau etnisitas (suku atau agama atau ras) sangat memperlihatkan bagaimana ideologi agama yang menjadi landasan mereka. Namun, hal ini berbeda saat melihat tautan yang dimiliki oleh Universitas Sanata Dharma (Sadhar) dan UAJY. Sadhar dan UAJY walaupun mereka PT dengan ideologi tertentu namun mereka masih memperlihatkan tautan mengenai keagamaan lain.

UII, UMY, UAD, Sadhar dan UAJY adalah PT swasta sedangkan UIN Suka, UGM dan UNY adalah PT negeri. Setelah seblumnya dijelaskan mengenai PT swasta yang berbau keagamaan, maka berbeda lagi dengan tipologi milik PT negeri. UIN Suka yang merupakan PT Negeri berbasis agama memiliki lebih sedikit tautan yang memperlihatkan identitas keagamaan mereka.

Diantara UNY dan UGM ragam isu yang diperlihatkan oleh tautan Instagram miliki keduanya juga memiliki karakteristik yang berbeda. Pada laman UNY etnisitas yang diperlihatakan dengan unggahan ucapanan pada hari-hari besar keagamaan. Dibandingkan dengan UGM, keragaman etnisitas yang diperlihatkan oleh UGM jauh lebih variatif dibandingkan dengan UNY.

Karakteristik Konten milik PT Berbasis Islam

Mari memiliki konten milik UIN Suka. UIN Suka memiliki jumlah tautan tentang etnisitas sebanyak 28 buah yang tersebar dimulai 1 Agustus 2019 hingga Januari 2020. Relatif sedikit jika dibandingkan dengan PT lain yang memiliki basis yang sama. UIN Suka lebih sering mengunggah konten ucapan hari-hari besar Agama Islam.

Gambar 4. Tautan Ucapan Hari Besar Islam



Selain itu, unggahan lain yang berbau etnisitas dari UIN Suka adalah unggahan kegiatan internal berbau keagamaan.

Gambar 5. Tautan Kegiatan Internal



Tidak ada satupun unggahan yang memperlihatkan sentuhan terhadap agama lain. Seluruhnya adalah eksklusifitas satu agama dan pendukung terhadap agama tersebut.

Tidak berbeda dengan UIN Suka, UAD, UMY dan UII memiliki karakteristik yang sama. Mereka sangat memperlihatkan superioritas Agama Islam. Dari seluruh tautan yang penulis klasifikasikan sebagai tautan berbau etnisitas, tidak ada satupun tautan dari keempat PT ini yang memperlihatkan agama selain islam. Tautan yang penulis maksud dapat dilihat dalam lampiran.

Karakteristik Konten Milik PT Berbasis Kristen dan Katolik

Berbeda dengan empat PT telah dibahas sebelumnya. PT berbasis Agama Islam, UAJY dan Sadhar juga PT berbasis agama namun basis agamanya adalah Kristen dan Katolik. Tanpa melihat kuantitas unggahan, UAJY dan Sadhar tidak memperlihatkan eksklusifitas keagamaan mereka. Mereka berdua masih mengunggah ucapan kegembiraan terhadap hari besar agama lain.

Gambar 6. Tautan Instagram UAJY dan Sadhar



Tanpa melihat bahwa hal tersebut adalah strategi marketing, toleransi etnisitas lebih diperlihatkan oleh UAJY dan Sadhar. Kedua PT ini masih tetap memperlihatkan identitas Agama Kristen dan Katolik pada unggahannya namun mereka juga tidak menutup diri terhadap agama lain. Bahkan secara terang-terangan mereka menggunakan model dari berbagai latar belakang identitas untuk mengucapkan Hari Besar Agama Islam.

Gambar 7. Tauan USD untuk Ucapan Idul Fitri



Hal ini dapat diartikan bahwa UAJY dan Sadhar jauh lebih inklusif dibandingkan UIN Suka, UAD, UMY ataupun UII. Hal ini penulis artikan bahwa PT berbasis Agama Kristen dan Katolik memiliki langkah lebih maju terkait keterbukaan terhadap sesama agama dibandingkan dengan PT berbasis Agama Islam.

Karakteristik Konten Milik PT Negeri Non-agama

Membandingkan UGM dan UNY adalah hal yang menarik. Kedua PT ini adalah PT negeri yang populer di Yogyakarta. Namun ternyata UGM memperlihatkan jauh lebih banyak keberagaman dibandingkan unggahan yang dimuat UNY pada laman instagramnya. Lebih jauh lagi, kedua PT ini benar-benar memperlihatkan perbedaan yang mencolok terhadap konsep instagramnya.

Tidak hanya mengenai etnisitas berbau keagamaan, UGM adalah satu-satunya PT yang secara konsisten memperlihatkan kepedulian mereka terhadap masyarakat Papua. Bahkan secara khusus mereka memiliki program khusus terhadap pendidikan di tanah Papua, seperti pada tautan berikut ini <https://www.youtube.com/watch?v=nlNsaCIOvoA>.

Gambar 8. Kegiatan UGM Saat Menemui Siswa dari Papua



UGM memperlihatkan bahwa PT mereka adalah PT yang peduli terhadap anak-anak di seluruh Indonesia bahkan didunia. Tidak hanya terhadap Papua, banyak unggahan UGM yang menunjukkan bagaimana UGM sangat terbuka terhadap mahasiswa dari luar Indonesia. Pada unggahan tersebut bahkan diperlihatkan mengenai bagaimana kedekatan siswa dari luar negeri dengan siswa dari dalam negeri.

Gambar 9. Kegiatan Kolaborasi UGM



Kesimpulan

Budaya dalam Kacamata Instagram PT

Kedelapan PT memperlihatkan dukungan terhadap budaya Indonesia. Paling terlihat adalah Budaya Jawa. Hampir seluruh PT memiliki unggahan mengenai budaya jawa.

Gambar 10. Budaya Jawa dalam Instagram PT





Walaupun begitu tidak ada yang secara eksplisit menyinggung masalah rasisme yang terjadi di Yogyakarta.

UGM adalah salah satu PT yang aktif menyuarakan mengenai kegiatan mereka dengan mahasiswa ataupun masyarakat Papua. Terlepas bahwa mereka memiliki Pusat Studi Papua didalam lembaganya, penulis rasa ini adalah modal penting dalam membangun kedekatan budaya terlebih Papua memiliki sejarah konflik di Yogyakarta.

Daftar Pustaka

- Anata, Aris dkk. (2015). *Demography of Indonesia's Ethnicity*. Singapura : Institute of Southeast Asian Studies
- Baskin, O. dan Aranof, C. (1997). *Public Raltions : The Proffesion and The Practice Edisi Keempat*. Madison : Brown & Benchmark
- Bbc.com. (2019). *Upacara doa umat Hindu di Bantul dihentikan paksa, wakil bupati_ "Ini masalah komunikasi saja, jangan dibesar-besarkan seolah-olah kasus intoleransi"* - BBC News Indonesia. 14 November. Retrieved from <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-50408575>
- Fajri, Silvia Nur. (2020). *"Bukti Jogja Kota Pelajar, 8 Universitas Masuk 50 Besar, UGM Terbaik!"*. Retrieved from <https://akurat.co/news/id-1132145-read-bukti-jogja-kota-pelajar-8-universitas-masuk-50-besar-ugm-terbaik>
- Iman, Mustafa. (2020). *"Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial"*. Retrieved form [https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial#:~:text=Menurut%20data%20yang%20dirilis%20Napoleon,\(69.270.000\)%20pengguna](https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial#:~:text=Menurut%20data%20yang%20dirilis%20Napoleon,(69.270.000)%20pengguna).
- Rakmat, Jalaludin. (2004). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosadi. (1999). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sulistyaningtyas, I. D. (2013). Peran Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 4(2), 131–144. <https://doi.org/10.24002/jik.v4i2.223>
- Tribunnews.com. (2019). *6 Universitas Terbaik di Indonesia yang Masuk Peringkat Dunia Versi THE* - Halaman 2 - Tribunnews. *Tribunnews.Com*. Retrieved from <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/09/17/6-universitas-terbaik-di-indonesia-yang-masuk-peringkat-dunia-versi-the?page=2>
- <https://www.bps.go.id/news/2015/11/18/127/mengulik-data-suku-di-indonesia.html> diakses 4 November 2019 pukul 10:45 WIB