

STRATEGI KOMUNIKASI RRI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA PENYIARAN KREATIFITAS ANAK MUDA DI ERA MILENIAL DI PRO 2 RRI PALANGKA RAYA

Sirajul Rahman¹, Januardo Martalino²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Palangka Raya, Palangka Raya, Central Kalimantan, Indonesia

*email: sirojulrahman.ump.fisip@gmail.com, nardonardo742@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan STRATEGI KOMUNIKASI RRI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA PENYIARAN KREATIFITAS ANAK MUDA DI ERA MILENIAL DI PRO 2 RRI PALANGKA RAYA, tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi yang digunakan RRI Program 2 92,4 Mhz Palangkaraya dalam upaya mempertahankan Eksistensi pusat Kreatifitas Anak Muda di RRI Palangka Raya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yakni menggambarkan suatu fakta, gejala atau fenomena yang ditemukan dilapangan atau yang dipelajari kemudian dijelaskan berdasarkan gambar tersebut, metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta dan wawancara mendalam. Metode analisis data dilakukan per subjek dengan melihat kondisi di setiap sesi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pola indikator Komunikasi yang menyebabkan turun minatnya seseorang dalam mendengarkan Radio yaitu Media dan Efek yang mempengaruhi ke Eksistensi Pro2 RRI Palangkaraya namun dibalik itu adapun upaya PRO2 RRI Palangkaraya dalam menarik para pendengar dengan Strategi promosi melalui media sosial. Kesimpulan hanya berjalan cukup efektif karena aspek Efek dan Saluran/Media sangat mempengaruhi ketertarikan minat seseorang dalam mendengar radio di era Milenials sekarang.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Eksistensi, Pro2 RRI*

ABSTRACT

This study aims to describe RRI's COMMUNICATION STRATEGY IN MAINTAINING EXISTENCE AS A CREATIVITY BROADCASTING MEDIA OF YOUTH IN THE MILENIAL ERA IN PRO 2 RRI PALANGKA RAYA. Young People at RRI Palangka Raya. The method used in this study is a qualitative descriptive method which describes a fact, symptom or phenomenon found in the field or which is studied and then explained based on the picture, the data collection method used is primary data and secondary data is carried out in natural settings (natural conditions). , primary data sources, and data collection techniques mostly on participatory observation and in-depth interviews. The data analysis method was carried out per subject by looking at the conditions in each session. The results showed that there was a pattern of communication indicators that caused a person's interest in listening to radio to decrease, namely Media and Effects that influenced the Existence of Pro2 RRI Palangkaraya, but behind that were the efforts of PRO2 RRI Palangkaraya in attracting listeners with promotional strategies through social media. The conclusion only works quite effectively because the Effects and Channels/Media aspects greatly affect a person's interest in listening to radio in the current Millennials era.

Keywords: *Communication Strategy, Existence, Pro2 RRI*

PENDAHULUAN

Secara umum , media terbagi atas 3 jenis yaitu, media cetak, media elektronik, dan media online. Ketiga jenis media ini termasuk pada kategori media massa. karena di zaman ini, komunikasi merupakan suatu hal yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, sehingga membuat setiap jenis media berlomba dalam menyampaikan terobosan – terobosan baru agar tetap bisa bermanfaat bagi kehidupan sehari – hari manusia. Radio bersifat auditif, sehingga khalayak hanya perlu mendengar tanpa harus melihat ataupun menggunakan seluruh fokus kemampuan panca indra buat dapat mengkonsumsi apa yang disampaikan sang radio. Radio juga termasuk jenis media massa yang mudah. Radio pun mampu didengar dimana saja sang khalayak luas oleh karena itu radio juga termasuk media elektro yang fleksibel. Melihat begitu banyak nya perusahaan radio komersial yang terdapat, menuntut setiap perusahaan radio komersial dikota Palangka Raya dengan slogan sekali di udara tetap di udara juga buat bersaing pada menggaet pendengar. Persaingan yang begitu terlihat antar perusahaan radio komersial ialah persaingan melalui program radio yang dimiliki. Satu sama lain saling berlomba dalam menghadirkan acara–program siaran terbaiknya. RRI Palangkaraya mempunyai 4 program, disetiap program memiliki segmentasi, materi siaran dan sasarannya masing-masing.

a. Pro 1 : pusat siaran pemberdayaan masyarakat, FM 89.2 Mhz, MW 1192 Khz

b. Pro 2 : pusat siaran kreatifitas anak muda, FM 92,4 Mhz

c. Pro 3 : pusat siaran identitas keindonesiaan, FM 95, 9 Mhz

d. Pro 4 : pusat siaran ensiklopedi budaya keindonesiaan, FM 95, 1 Mhz

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan di Programa 2 Radio Republik Indonesia Palangka Raya terdapat pola Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia Palangkaraya dalam menggait para pendengar yang mana target utama mereka adalah anak-anak muda akan tetapi yang mereka telah lakukan hanya cukup efektif karena berdasarkan observasi dari peneliti di lapangan anak-anak masih kurang tertarik dengan Radio di zaman sekarang mereka menganggap Radio cukup usang untuk di dengar di Era Milenials tidak dapat dipungkiri karena sejatinya sekarang semua sudah dialihkan dengan media-media ini seperti Handphone karena semua pemberitaan yang disajikan lebih update dan dapat dilihat pula dari ke visualannya tidak seperti Radio yang hanya mengandalkan suara sebagai subjek medianya. Dari

hal-hal tersebut, maka peneliti akan meneliti tentang penyebab turunnya minat anak-anak muda terhadap radio. Pada studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa lembaga Penyiaran RRI Palangka Raya sudah berhasil melakukan banyak sekali macam inovasi dan strategi inovatif untuk mempertahankan pendengar yang masih dimiliki. Dalam penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui Strategi yang digunakan RRI Program 2 92,4 Mhz Palangkaraya dalam upaya mempertahankan Eksistensi pusat Kreativitas Anak Muda di RRI Palangka Raya.

Dalam proses komunikasi, ada beberapa unsur yang harus dipenuhi yakni komunikator sebagai pemberi pesan atau informasi, komunikan sebagai penerima pesan dan media komunikasi. Setelah dilakukan pembicaraan, barulah ada umpan balik atau Feedback berupa respon dari penerima pesan kepada pemberi pesan.

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain yang bertujuan untuk memberitahu, mengemukakan pendapat, dan mengubah perilaku atau mengubah sikap yang dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Empat komponen inti adalah adanya sumber, penerima pesan dan saluran.

Unsur yang paling dominan dalam mencapai sebuah efektivitas komunikasi adalah komunikator. Sebelum komunikator menjalankan proses komunikasinya ia harus terlebih dahulu melakukan persiapan meliputi mengenal khalayak, Menyusun pesan, memilih metode dan menentukan media yang cocok dengan pesan yang disampaikan dan kondisi khalayak sasaran. Tentu saja tidak setiap komunikasi yang akan dilancarkan memiliki kesempatan meneliti khalayak. Dalam hal seperti ini maka komunikator harus memiliki kemampuan imiginasi atau memiliki gambaran umum mengenai seperti apa khalayak yang akan dihadapi. Indikator yang paling penting didalam komunikator adalah kreadibilitas yaitu menyangkut kepercayaan dan keahlian. Kepercayaan dan keahlian yang dimaksud adalah dari aspek keilmuan dan pengetahuan sesuai dengan apa yang akan disampaikan. Seorang komunikator yang kredibel harus memiliki beberapa ciri yaitu memiliki energy tinggi dan toleransi terhadap tekanan, ras apercaya diri, kendali, internal, kesalahan dan kematangan emosional, integritas pribadi, motivasi kekuasaan, dan orientasi kepada keberhasilan.

1. Teori Harold Laswell

Dalam rumus Harold Lasswell, Komponen dan indikator strategi komunikasi meliputi:

a. Who? (siapakah komunikatornya).

Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup kepercayaan diri, kreadibilitas, terbuka, jujur, disiplin, berkeinginan keras, penuh perhitungan logika dan rasional, selalu mawas diri.

b. Says what? (pesan apa yang dinyatakan)

Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup benar, autentik, rasional, terukur, banyak, valid, reliable, cepat, jelas sumbernya, selalu menjadi sumber pemer kaya pesan lainnya.

c. In which channel? (media apa yang digunakan)

Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup elektronik, cetak, grafis gambar, infografis, visual diam, visual gerak, audio, audio visual.

d. To whom? (siapa komunikannya).

Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup personal, kelompok terbatas, masyarakat luas, lawan tujuan, pertemanan dalam satu tujuan, anggota baru, bukan anggota organisasi, anggota lama, orang yang membutuhkan laporan.

e. With what effect? (efek apa yang diharapkan)

Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup Pemahaman pesan oleh komunikan, kerjasama dalam memahami pesan, terjalin pemahaman bersama, terjadinya perbedaan persepsi, ingin menunjukkan arah dari pesan, memberikan pesan yang dimaksud, bertambahnya persepsi baru yang sesuai, bertambahnya persepsi baru yang bertentangan, saling memperkaya pemahaman pesan, berorientasi pada pencapaian tujuan bersama dengan pesan yang sama, berorientasi pada capaian tujuan yang sama dengan pesan yang berbeda. disediakan.

METODOLOGI

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif

kualitatif yakni menggambarkan suatu fakta, gejala atau fenomena yang ditemukan dilapangan atau yang dipelajari kemudian dijelaskan berdasarkan gambar tersebut. Penelitian ini berlokasi dikantor LPP RRI Palangka Raya Jalan. MH Thamrin No 1 Palangka Raya. Dan Wawancara anak muda di Area Palangka Raya. Penelitian ini dilaksanakan 25 Desember 2021 sampai 20 Januari 2022. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini memakai teknik Snowball yaitu setelah memasuki lokasi penelitian, maka peneliti menghubungi informan yang telah ditentukan untuk meminta keterangan.

1. Informan Kunci yaitu 1 orang adalah 1 penyiar di Radio Republik Indonesia Palangkaraya, yaitu :

a. Ibu Supriani selaku Penyiar senior di RRI Pro2 Palangkaraya

2. Informan Biasa yaitu 1 orang. Dia adalah salah satu Narasumber di program acara Numpang Numpang di Pro2 Radio Republik Indonesia Palangkaraya.

a. Beby selaku Narasumber Numpang Numpang Pro2 bulan Desember 2021

3. Informan Tambahan yaitu 3 Orang anak muda di Era Milenial dengan menilai minat akan mendengar Radio sekarang.

a. Vera

b. Rahmat

c. Fery

Dalam penelitian ini jelas data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang hanya dapat kita peroleh dari sumber aslinya atau pertama. Data yang diperoleh secara langsung dari responden atau objek yang akan diteliti melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian. Sedangkan Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan. Untuk itu peneliti bisa menggunakan dokumentasi maupun informasi lain yang berkaitan dengan jalannya peneliti atau data pelengkap yang sifatnya untuk melengkapi data yang sudah ada, seperti buku-buku referensi tentang teori strategi komunikasi, serta situs-situs lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, dengan menggunakan metode triangulasi dapat didefinisikan sebagai suatu Teknik metode

pengumpulan data dengan cara menggabungkan beberapa Teknik pengumpulan data yang ada.



Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintetiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses Strategi Komunikasi pemasaran, kemampuan berkomunikasi antara Penyiar dan audiens (Pendengar) sangat berpengaruh untuk peningkatan kualitas dari Radio itu sendiri istilah komunikasi ini juga biasa disebut komunikator dan komunikan. Sehingga pentingnya kemampuan promosi yang dilakukan oleh penyiar dalam mempertahankan pendengarnya di Era Milenials sekarang. Strategi Komunikasi yang tepat dilakukan dengan pola yang tepat pula sehingga meminimalisir kurang efektivitas dalam melakukan promosi. Berdasarkan hasil wawancara tentang STRATEGI KOMUNIKASI RRI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA PENYIARAN KREATIFITAS ANAK MUDA DI ERA MILENIAL DI PRO 2 RRI PALANGKA RAYA di kantor LPP RRI Palangka Raya dan di lapangan bersama anak muda generasi milenial, meliputi :

Anak Muda Pada saat ke lokasi peneliti menanyakan tentang masalah yang anak muda rasakan ketika mendengar Radio di Era Milenial sekarang adalah faktor kurangnya kegiatan promosi yang mereka tangkap dari RRI Palangkaraya terdapat banyak saingnya media yang

mereka konsumsi untuk menemani aktivitas mereka sehari-hari.

Namun masalah yang cukup jadi perhatian disini adalah dimana mereka menganggap Radio sekarang bisa dikatakan ketinggalan zaman dengan aspek yang mereka ketahui Radio hanya bersifat media berupa suara sedangkan orang-orang sekarang ingin ditemani dengan berupa visual pula layaknya tontonan. Masalah ini cukup berpengaruh terhadap RRI Palangkaraya yang akan menyebabkan turunnya minat pendengar anak muda penyebabnya dalam aspek penerimaan media promosi yang mereka kurang terima dari RRI Palangkaraya dan juga efek yang mereka kurang sadari akan Ke Eksistesinya RRI Palangkaraya sekarang.

Penyiar Radio Peneliti menanyakan bagaimana tanggapan RRI Palangkaraya akan masalah ini. Ada beberapa faktor yang mereka lakukan untuk meyakinkan pendengar bahwa Radio juga masih Eksis di Era Milenials ini dengan menggunakan akses Media Sosial yaitu Instagram dan Whatsaap salah satu upaya mereka lakukan untuk melakukan promosi program mereka kepada publik dengan harapan itu dapat membantu pendengar akan mengetahui program acara yang akan Pro2 RRI Palangkaraya siarkan.

Menariknya disini Pro2 RRI Palangkaraya tidak akan segan-segan akan mengundang beberapa anak-anak muda berprestasi guna menjadi salah satu Narasumber mereka untuk meyakini mereka bahwa Radio tidak menyiarkan berita saja namun beberapa program acara juga dapat memotivasi anak-anak muda sekarang. Seperti program acara Ruang Kreatifitas yang menghadirkan anak-anak muda berbakat untuk menunjukkan bakat mereka melalui Radio seperti bernyanyi,puisi,dll. Adapun program acara Talkshow Numpang Numpang yang menyajikan perjalanan anak muda berprestasi dengan harapan Narasumber tersebut dapat memotivasi anak-anak muda lainnya bisa maju berprestasi juga. Dan masih banyak program acara Pro2 yang menarik.

Pada hasil wawancara terdapat satu indikator Strategi Komunikasi Harold Lasswell yang masih kurang terpenuhi yang Pro2 RRI Palangkaraya upaya lakukan yaitu Media, secara tidak langsung aspek Saluran/Media yang mereka lakukan masih kurang menonjol di mata publik sehingga kurang menariknya para pendengar di Era Milenials sekarang banyak anak muda masih belum mengetahui program menarik yang disajikan oleh Pro2 RRI Palangkaraya. Sebagai

aspek Media yang kurang begitu menonjol di mata anak muda di Era Milenials adapun upaya yang sudah RRI lakukan untuk meyakini lagi bahwa RRI sekarang lebih mudah diakses yaitu dengan mendownload aplikasi RRI Play GO di Play Store guna dapat membantu para pendengar untuk mendengar radio sekarang. Melalui pengumpulan data dengan pengamatan/observasi, wawancara, dan dokumentasi (Teknik Triangulasi) kegiatan Pro2 RRI Palangkaraya dalam mempertahankan Eksistensinya dengan menarik para pendengar dengan program acara mereka. Pola Komunikasi yang digunakan hanya cukup Efektif karena masih terdapat permasalahan dari dua sisi antara dua pihak yaitu Pro2 RRI Palangkaraya dan anak muda yaitu aspek Efek dan Saluran/Media, sebagai berikut :

1. Efek (With what Effect)

Selama penelitian yang dilakukan peneliti melihat bahwa anak-anak muda kurang tertarik dengan Radio sekarang karena kalah dengan media yang lain masih banyak yang menarik mereka melihat sisi Radio hanya media berupa suara dan konten yang selalu diangkat hanya berita, mereka belum mengetahui program acara yang di sajikan oleh Pro2 RRI Palangkaraya banyak yang menarik akan tetapi mereka kurang menyukai karena kurangnya visual gambar yang di tunjukkan dari Radio walaupun kita mengetahui Radio hanya bersifat suara saja, di balik itu Upaya Pro2 RRI Palangkaraya sudah cukup maksimal dengan menghadirkan program acara yang dikemas untuk menarik para pendengar yang subjek utama nya adalah anak-anak muda namun mereka tidak mengetahui itu dikarenakan Efek yang ditimbulkan dari Pro2 RRI Palangkaraya dari pesan Narasumber-narasumber sebelumnya tidak terlalu Nampak di Era Milenilas sekarang hal ini disebabkan kurangnya promosi menarik dari Pro2 RRI Palangkaraya.

2. Saluran/Media (In which Channel)

Saluran/Media merupakan salah satu aspek Strategi Komunikasi yang cukup berpengaruh dalam melakukan Komunikasi maupun Strategi Komunikasi Promosi. Peneliti menyimpulkan bahwa aspek Saluran/Media dari kedua belah pihak yaitu Pro2 RRI Palangkaraya untuk melakukan promosi kurang maksimal, dan juga anak-anak muda kurang mengetahui karena ketidak tertarikan mereka sendiri tidak terlalu memperhatikan keadaan Radio sekarang, kedua sisi ini menurut peneliti sama-sama menjadi faktor masalah, dari sisi Pro2 RRI Palangkaraya,

yang mana upaya mereka untuk menarik para pendengar masih belum terlalu terlihat di mata anak-anak muda di Era Milenials sekarang, tetapi Pro2 RRI Palangkaraya tidak menyerah untuk mempertahankan Eksistensinya dengan menggunakan akses Media Sosial dan aplikasi RRI Play GO sebagai penghubung langsung dengan para audiens dan juga mencoba mencari tau keberadaan anak-anak muda berbakat yang akan diundang sebagai Narasumber di Pro2 RRI Palangkaraya dengan mengisi acara seperti Ruang Kreatifitas, Numpang Numpang, dan program acara lainnya dengan berbagi cerita dan motivasi, meskipun begitu anak-anak muda tetap saja tidak tertarik dengan upaya Pro2 RRI Palangkaraya ini, mereka tidak mengetahui apa Media Sosial dari Pro2 RRI Palangkaraya, apa saja program acara yang disajikan oleh Pro2 RRI Palangkaraya, karena mereka lebih mementingkan media yang lain. Hal ini bisa ditimbulkan dari aspek Media/Saluran yang sama sama kurang menonjol dari kedua belah pihak. Saluran/Media akan berjalan lancar apabila apa yang menunjukkan dan apa yang ditujukan sama-sama mendapat Efek (Tanggapan Balik).

KESIMPULAN

Setelah mengadakan penelitian dari uraian pembahasan di atas, peneliti dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan bahwa Strategi Komunikasi yang di ketahui penyebab kurang efektifnya Strategi Komunikasi Promosi Pro2 RRI Palangkaraya disebabkan 2 (dua) faktor dari 5 (lima) indikator yang digunakan dari teori Harold Lasswell yaitu Efek dan Saluran/Media yang menyebabkan Strategi komunikasi hanya berjalan cukup efektif. Yang mana faktor Saluran/Media dari Pro2 RRI Palangkaraya tidak terlalu mempengaruhi Efek (Tanggapan Balik) yang diharapkan PRO2 RRI Palangkaraya dari anak muda sekarang, sebagai Lembaga Penyiaran Publik PRO2 RRI Palangkaraya tidak akan putus harapan dengan berbagai cara mereka melakukan apapun demi menarik para pendengarnya dari segi promosinya melalui Instagram dan Whatsapp dan mulai menghubungi langsung anak-anak berbakat untuk menjadikan mereka Narasumbernya namun upaya tersebut nampaknya tidak begitu berjalan mulus seperti yang mereka harapkan karena anak muda sekarang tidak begitu peduli akan hal itu mereka memilih menggunakan aplikasi yang lain yang dimana itu berpengaruh akan turunnya minat dengar

Radio sekarang

Secara tidak langsung aspek Efek dan Saluran/Media sangat mempengaruhi ketertarikan minat seseorang dalam mendengar radio di era Milenials sekarang. Kesimpulan dibuat dalam satu paragraf tanpa sitasi memuat simpulan akhir serta saran untuk kegiatan penelitian selanjutnya.

REFERENSI

A GOZALI - 2020 - repository.radenintan.ac.id

Alhaming, Anisa. 2019 - Strategi Komunikasi LPP RRI Ambon dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Penyiaran Publik di Era Milenial. Skripsi thesis, IAIN Ambon.

Anwar, Arifin. 2007. Strategi Komunikasi (Sebuah Pengantar Ringkas), Bandung: CV.Armico.

Anisa Zahara Amalia. 2019 STRATEGI RADIO RRI PRO 2 88.4 FM PEKANBARU DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR. Skripsi thesis, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.

Cangara Hafied. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,

Dedi. 2020. Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi Communication Management A Communication Approach. Jurnal Simbolik Research and Learning Communication Study, 6 (2), 1-11

DIAN PUSPITASARI, - STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PADANG RANI KOTA, UNIVERSITAS SEMARANG (2019)

Hafied Cangara. 2017. Perencanaan dan Strategi Komunikasi/Hafied Cangara. -Ed. Revisi-Cet. 3.- Jakarta : Rajawali Pers.

JBP Palit, E Mingkid, RR Onsu. 2019. - ACTA DIURNA KOMUNIKASI, - ejournal.unsrat.ac.id 2019

Nurudin. 2014. /Pengantar Komunikasi Massa -Ed.. 1, -6.-Jakarta : Rajawali Pers.

Nurudin. 2013. Pengantar Komunikasi Massa, Depok: PT RajaGrafindo Persada.

Purba, Elidawati dkk. 2021. Metode Penelitian Pematangsiantar : Yayasan Kita Menulis Sahputra.

Saragih, K. R. M., Purba, F., & Sipayung, T. (2021). Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia. Manajemen : Jurnal Ekonomi, 3(2), 187–195.

YS Olla, EM Yasak. 2019 - JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, - publikasi.unitri.ac.id