

***Model Communication Public Relations Balai Pelestarian Kebudayaan
Regions XVIII
Model Komunikasi Public Relations Balai Pelestarian Kebudayaan
Wilayah XVIII***

Andi Muh Fitriadi^{1*}, Illyas², Dyah Fitria Kartia Sari³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tadulako, Indonesia

*dyahfitriakartika@gmail.com

Abstract

This study analyzes the public relations communication model of Balai Pelestarian Kebudayaan (BPK) Regional Office XVIII in cultural preservation. Using a qualitative approach, data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving BPK personnel responsible for cultural dissemination. The findings show that BPK Regional Office XVIII applies communication through the dissemination of official and educational information, management of reports from caretakers, communities, and government agencies, and the creation of dialogic spaces with cultural actors in program planning and implementation. In the protection domain, communication includes receiving complaints, conducting field verification, and publishing case-handling results. In the development and utilization domains, communication is implemented through festivals, exhibitions, mobile cinemas, and facilitated cultural works as media for spreading cultural messages across regions. In the guidance domain, communities are encouraged to formulate ideas and cultural works with technical assistance. Overall, the study concludes that BPK Regional Office XVIII has developed a more open and responsive communication model, although strategic decision-making remains institutionally centered.

Keyword: Grunig and Hunt; Public Relations Communication Models; Cultural Preservation Center.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis model komunikasi *public relations* Balai Pelestarian Kebudayaan (BPK) Wilayah XVIII dalam pelestarian kebudayaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang melibatkan personel BPK Wilayah XVIII yang bertanggung jawab terhadap kegiatan diseminasi kebudayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPK Wilayah XVIII menerapkan komunikasi melalui penyampaian informasi resmi dan edukatif, pengelolaan laporan dari juru pelihara, masyarakat, dan instansi pemerintah, serta pembukaan ruang dialog dengan pelaku budaya dalam perencanaan dan pelaksanaan program. Pada bidang perlindungan, komunikasi dilakukan melalui penerimaan pengaduan, verifikasi lapangan, dan publikasi hasil penanganan kasus. Pada bidang pengembangan dan pemanfaatan, komunikasi diwujudkan melalui festival, pameran, bioskop keliling, serta karya budaya yang difasilitasi sebagai media penyebaran pesan pelestarian budaya. Pada bidang pembinaan, masyarakat didorong mengembangkan gagasan dan karya budaya dengan pendampingan teknis. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa model komunikasi BPK Wilayah XVIII berkembang menuju komunikasi yang lebih terbuka dan responsif, meskipun pengambilan keputusan strategis masih berpusat pada institusi.

Kata Kunci: Grunig and Hunt; Model Komunikasi *Public Relations*; Balai Pelestarian Kebudayaan.

Penulis Korespondensi:

Andi Muh Fitriadi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Tadulako

Email: dyahfitriakartika@gmail.com

How to Cite:

Fitriadi, A. M., Illyas., Sari, Dyah, F. K. (2026). Model Komunikasi *Public Relations* Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XVIII. *DMC: Digital Media Communication*, 1(1), 23-34.

PENDAHULUAN

Balai Pelestarian Kebudayaan (BPK) Wilayah XVIII merupakan unit pelaksana teknis di bawah Direktorat Jenderal Kebudayaan yang bertanggung jawab terhadap perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan kebudayaan di Provinsi Sulawesi Tengah dan Sulawesi Barat. Sebagai lembaga pemerintah yang menjalankan amanat pemajuan kebudayaan, BPK memiliki peran strategis dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya, tidak hanya pada aspek fisik berupa benda dan situs cagar budaya, tetapi juga nilai, pengetahuan, tradisi, serta praktik budaya yang diwariskan antargenerasi. Keberhasilan pelaksanaan mandat tersebut tidak hanya ditentukan oleh kualitas program pelestarian, tetapi juga oleh kemampuan lembaga membangun komunikasi yang efektif dengan berbagai pemangku kepentingan sehingga pelestarian kebudayaan berkembang menjadi proses sosial yang bertumpu pada partisipasi masyarakat.

Public relations menjadi instrumen penting yang menghubungkan kebijakan pelestarian budaya dengan kepentingan publik. *World Assembly of public relations* mendefinisikan *public relations* sebagai seni dan ilmu sosial yang menganalisis kecenderungan, memperkirakan konsekuensi, memberikan rekomendasi kepada pimpinan organisasi, serta melaksanakan program komunikasi yang melayani kepentingan organisasi maupun publiknya (Morrisan, 2020). Definisi ini menunjukkan bahwa *public relations* tidak hanya menjalankan fungsi publikasi, tetapi juga berperan sebagai pengelola hubungan organisasi dengan publik melalui komunikasi yang mampu membangun kepercayaan, pemahaman, serta partisipasi masyarakat.

Peran tersebut semakin penting pada lembaga kebudayaan karena objek komunikasi yang disampaikan bukan sekadar informasi administratif, melainkan nilai-nilai budaya yang harus dipahami, diterima, dan diinternalisasi oleh masyarakat. Dozier dan Broom mengelompokkan peran praktisi *public relations* menjadi empat kategori, yaitu *Expert Prescriber*, *Communication Facilitator*, *Problem Solving Process Facilitator*, dan *Communication Technician* (Ruslan, 2017). Sebagai *expert prescriber*, praktisi membantu merumuskan solusi atas persoalan hubungan organisasi dengan publik (Yulinar, 2022). Sebagai *communication facilitator*, praktisi menjembatani komunikasi antara organisasi dan masyarakat sehingga aspirasi publik dapat diterima manajemen sekaligus memastikan masyarakat memahami kebijakan organisasi (Maulidia, 2020). Pada peran *problem solving process facilitator*, praktisi terlibat dalam pengambilan keputusan strategis organisasi (Pratiwi, 2018), sedangkan sebagai *communication technician*, praktisi bertanggung jawab terhadap pelaksanaan teknis komunikasi, seperti penulisan berita, pengelolaan media, dokumentasi, hingga produksi berbagai materi komunikasi. Keempat fungsi tersebut secara substantif tercermin dalam aktivitas BPK Wilayah XVIII melalui publikasi program, fasilitasi kemitraan, pelayanan masyarakat, hingga penyelenggaraan berbagai kegiatan pemajuan kebudayaan.

Aktivitas komunikasi BPK Wilayah XVIII menunjukkan keragaman bentuk yang meliputi penyebarluasan informasi melalui media sosial, penyelenggaraan festival budaya, pameran, bioskop keliling, fasilitasi komunitas budaya, penerimaan laporan temuan cagar budaya, hingga koordinasi dengan pemerintah daerah dan masyarakat. Beragam aktivitas tersebut menunjukkan bahwa komunikasi kelembagaan tidak lagi dipahami sebagai penyampaian informasi semata, tetapi juga sebagai proses membangun hubungan dengan publik. Kondisi tersebut memunculkan pertanyaan mengenai model komunikasi *public relations* yang sesungguhnya diterapkan oleh BPK Wilayah XVIII dalam menjalankan fungsi pelestarian kebudayaan.

Untuk memahami praktik tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka empat model *public relations* yang dikembangkan oleh Grunig dan Hunt. Model komunikasi dipahami sebagai penyederhanaan proses komunikasi yang menjelaskan hubungan antarunsur komunikasi sehingga memudahkan analisis terhadap praktik komunikasi organisasi (Batoa et al., 2024). Menurut Grunig dan Hunt, terdapat empat model *public relations*, yaitu *press agency*, *public information*, *two-way asymmetrical*, dan *two-way symmetrical* (Kriyantono, 2017). Model *press agency* merupakan

komunikasi satu arah yang berorientasi pada publisitas. Pendekatan ini dipopulerkan oleh Phineas T. Barnum melalui ungkapan “*there's no such thing as bad publicity*”, yang menekankan pentingnya memperoleh perhatian publik tanpa terlalu mempertimbangkan kualitas komunikasi (Butterick, 2012). Berbeda dengan model tersebut, *public information* tetap menggunakan komunikasi satu arah, namun mengutamakan penyampaian informasi yang faktual, akurat, dan transparan kepada masyarakat sehingga banyak diterapkan oleh lembaga pemerintah maupun organisasi nirlaba (Butterick, 2012). Praktisi pada model ini dikenal sebagai *journalist in residence* yang menekankan penyediaan informasi melalui hubungan media dan publikasi (Putra, 2017).

Sementara itu, model *two-way asymmetrical* telah memanfaatkan komunikasi dua arah, tetapi hubungan organisasi dengan publik masih didominasi kepentingan organisasi. Komunikasi digunakan sebagai instrumen persuasi agar publik menerima kebijakan organisasi sehingga Fawkes menyebutnya sebagai *persuasive communication* (Kriyantono, 2017). Sebaliknya, model *two-way symmetrical* menempatkan organisasi dan publik dalam posisi yang lebih seimbang melalui dialog, negosiasi, dan penyesuaian timbal balik untuk mencapai saling pengertian (Kriyantono, 2017). Menurut Nababan (2020), model ini merupakan bentuk komunikasi yang paling ideal karena organisasi tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membuka ruang bagi publik untuk memengaruhi kebijakan organisasi melalui proses komunikasi yang dialogis.

Dalam perspektif pemajuan kebudayaan, komunikasi *public relations* pada dasarnya merupakan proses diseminasi nilai budaya kepada masyarakat. Diseminasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang bertujuan mentransfer pengetahuan kepada kelompok sasaran agar terjadi perubahan pengetahuan maupun perilaku (Syarianah, 2016). Diseminasi merupakan aktivitas komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong penerima memahami, menerima, serta memanfaatkan informasi tersebut secara efektif (Syarianah, 2016). Dengan demikian, keberhasilan komunikasi lembaga pelestarian budaya tidak hanya diukur dari banyaknya informasi yang disampaikan, tetapi juga dari sejauh mana masyarakat memahami, menerima, serta berpartisipasi dalam pelestarian budaya.

Nilai budaya sendiri merupakan sesuatu yang bersifat abstrak dan tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat dikenali melalui perilaku individu maupun kelompok yang mencerminkan nilai tersebut (Sesa, 2021). Oleh karena itu, komunikasi pelestarian budaya bukan sekadar menyampaikan informasi mengenai objek budaya, melainkan juga mentransformasikan nilai-nilai yang melekat pada objek tersebut agar tetap hidup dalam kehidupan masyarakat. Dalam konteks kelembagaan, tugas tersebut dijalankan oleh Balai Pelestarian Kebudayaan sebagai unit pelaksana teknis Direktorat Jenderal Kebudayaan (Permendikbudristek, 2022). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, pelestarian mencakup perlindungan terhadap benda, bangunan, struktur, situs, maupun kawasan cagar budaya yang memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan kebudayaan. Sementara itu, kebijakan pemajuan kebudayaan dilaksanakan melalui empat ranah utama, yaitu perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan. Pelindungan dilakukan melalui inventarisasi, pengamanan, pemeliharaan, penyelamatan, dan publikasi (Noventari, 2019). Pengembangan diarahkan untuk menghidupkan ekosistem budaya, pemanfaatan berorientasi pada optimalisasi objek pemajuan kebudayaan bagi pembangunan nasional, sedangkan pembinaan bertujuan memberdayakan sumber daya manusia, lembaga, dan pranata kebudayaan agar mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemajuan kebudayaan (Atsar, 2017).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi pada lembaga kebudayaan masih didominasi pendekatan *public information*. Penelitian Destyfitriana (2024) mengenai diseminasi nilai budaya oleh Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta menemukan bahwa media komunikasi lebih banyak digunakan sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat. Temuan serupa disampaikan Romadhan et al. (2019) yang menunjukkan bahwa komunikasi *public relations* dalam sosialisasi budaya lokal kepada generasi milenial di Kabupaten Sumenep masih didominasi pola

komunikasi satu arah. Kedua penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai praktik komunikasi lembaga kebudayaan, namun belum mengkaji bagaimana model komunikasi dijalankan oleh Balai Pelestarian Kebudayaan sebagai unit pelaksana teknis pemerintah yang memiliki fungsi perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan kebudayaan secara terpadu.

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai bagaimana model komunikasi *public relations* diterapkan oleh Balai Pelestarian Kebudayaan dalam menjalankan fungsi pemajuan kebudayaan. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan memfokuskan analisis pada model komunikasi *public relations* BPK Wilayah XVIII dalam pelaksanaan empat ranah pemajuan kebudayaan. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana model komunikasi *public relations* Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XVIII dalam pemajuan kebudayaan di Sulawesi Tengah dan Sulawesi Barat. Penelitian ini bertujuan memetakan model komunikasi *public relations* yang diterapkan BPK Wilayah XVIII serta mengidentifikasi sejauh mana praktik komunikasi lembaga bergerak dari pola komunikasi satu arah menuju komunikasi dua arah yang lebih dialogis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian *public relations* pada sektor kebudayaan, sedangkan secara praktis memberikan rekomendasi bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih partisipatif dalam mendukung pemajuan kebudayaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moleong (2017) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tertentu. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk menggambarkan dan menafsirkan perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan subjek penelitian dalam konteks yang alami melalui deskripsi kata-kata. Tujuan penelitian dipicu oleh fenomena komunikasi BPK Wilayah XVIII yang menjalankan beragam aktivitas event kebudayaan, festival, pameran, Fasilitas Pemajuan Kebudayaan, penanganan aduan temuan cagar budaya, dan publikasi media sosial yang tampak ramai namun belum dipetakan secara sistematis berdasarkan model komunikasi *public relations* Grunig dan Hunt.

Penelitian ini mengumpulkan berbagai informasi dengan mengamati bagaimana model komunikasi *public relations* Balai Pelestarian Kebudayaan Wil XVIII dalam menyebarluaskan nilai pelestarian kebudayaan. Subjek Penelitian ini ditentukan dengan Purposive sampling, Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu yang dimaksud disini adalah orang yang dianggap paling tahu apa yang kita harapkan sehingga memudahkan peneliti untuk menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti (Abdussamad, 2021). Lima informan terpilih dalam penelitian ini adalah: Ketua Tim Kerja Publikasi dan Dokumentasi Warisan Budaya; anggota Tim Kerja Publikasi dan Dokumentasi Warisan Budaya; Pamong Budaya sekaligus Koordinator Kelompok Kerja Fasilitas Kemitraan dan Layanan Publik; anggota Tim Kerja Perencanaan dan Evaluasi Program; dan Manajer Program Komunitas Seni Lobo sebagai mitra FPK. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dalam setting alamiah di lingkungan Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XVIII dan jejaring komunitas yang bekerja sama dengan BPK, dengan memadukan tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Data yang telah dikumpulkan oleh peneliti selanjutnya akan menjalani proses analisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif Miles & Huberman (sebagaimana dikutip dalam Sugiyono, 2013). Pertama, reduksi data dilakukan dengan memilih dan mengelompokkan data sesuai fokus penelitian serta mengeliminasi informasi yang tidak relevan. Kedua, penyajian data dilakukan melalui narasi deskriptif, tabel, maupun bagan. Ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan dengan menafsirkan hasil temuan serta menguji keabsahan data melalui triangulasi dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis model komunikasi *public relations* yang diterapkan Balai Pelestarian Kebudayaan (BPK) Wilayah XVIII dalam menjalankan fungsi pemajuan kebudayaan di Provinsi Sulawesi Tengah dan Sulawesi Barat. Analisis dilakukan berdasarkan empat ranah pemajuan kebudayaan, yaitu pelindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan sebagaimana diamanatkan dalam [Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017](#) tentang Pemajuan Kebudayaan. Berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumen kelembagaan, ditemukan bahwa komunikasi *public relations* BPK Wilayah XVIII tidak berjalan melalui satu model komunikasi tertentu, melainkan merupakan kombinasi beberapa model komunikasi yang berkembang secara dinamis sesuai dengan karakteristik program, aktor yang terlibat, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi pada lembaga pelestarian kebudayaan lebih kompleks dibandingkan komunikasi organisasi pemerintah pada umumnya karena tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga membangun kesadaran budaya, mendorong partisipasi masyarakat, serta menciptakan kolaborasi antarpemangku kepentingan.

Kompleksitas tersebut tampak dari banyaknya aktor yang terlibat dalam proses komunikasi. BPK Wilayah XVIII tidak hanya berhubungan dengan pemerintah daerah sebagai mitra birokrasi, tetapi juga menjalin komunikasi dengan juru pelihara, komunitas budaya, lembaga adat, akademisi, media massa, pelaku seni, hingga masyarakat umum. Setiap kelompok memiliki kepentingan, kebutuhan informasi, dan tingkat literasi budaya yang berbeda sehingga strategi komunikasi yang diterapkan juga tidak dapat diseragamkan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa komunikasi *public relations* dalam pelestarian kebudayaan lebih tepat dipahami sebagai proses pengelolaan hubungan (*relationship management*) daripada sekadar proses penyampaian pesan (*message dissemination*). Pandangan tersebut sejalan dengan Dozier dan Broom dalam ([Ruslan, 2017](#)), yang menyatakan bahwa salah satu peran utama public relations adalah menyediakan kesempatan bagi organisasi menyimak aspirasi publik dan memastikan publik menerima pesan tentang ekspektasi manajemen sehingga menjembatani kepentingan dua arah yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik melalui komunikasi yang berkelanjutan.

Model Komunikasi *Public Relations* pada Ranah Pelindungan Kebudayaan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ranah pelindungan merupakan titik awal komunikasi antara BPK Wilayah XVIII dengan masyarakat. Pelindungan kebudayaan tidak hanya dipahami sebagai aktivitas teknis berupa inventarisasi, penyelamatan, pemeliharaan, dan pengamanan cagar budaya, tetapi juga sebagai proses komunikasi yang memungkinkan berbagai pihak menyampaikan informasi mengenai kondisi objek budaya. Oleh karena itu, komunikasi menjadi instrumen utama yang menghubungkan masyarakat dengan pemerintah dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya.

Pamong Budaya BPK Wilayah XVIII menjelaskan bahwa laporan mengenai kerusakan situs, dugaan temuan cagar budaya, maupun ancaman terhadap objek pemajuan kebudayaan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti juru pelihara, masyarakat, komunitas adat, pemerintah kabupaten/kota, maupun hasil pemantauan media sosial. Beragamnya sumber informasi tersebut menunjukkan bahwa organisasi tidak lagi mengandalkan mekanisme birokrasi formal sebagai satu-satunya saluran komunikasi. Sebaliknya, BPK membuka ruang komunikasi melalui rapat koordinasi, surat resmi, komunikasi informal, aplikasi pesan instan, hingga media sosial. Keberagaman kanal komunikasi tersebut memperlihatkan adanya adaptasi organisasi terhadap perubahan perilaku komunikasi masyarakat yang semakin terdigitalisasi.

Perubahan tersebut memiliki implikasi penting terhadap praktik *public relations* sektor publik. Selama ini, komunikasi lembaga pemerintah sering dikritik karena terlalu birokratis, lambat, dan bergantung pada prosedur administratif. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa BPK Wilayah XVIII mulai mengembangkan pola komunikasi yang lebih fleksibel dengan memanfaatkan berbagai media yang dekat dengan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya

mengubah media komunikasi, tetapi juga mengubah pola hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Informasi mengenai kondisi cagar budaya kini tidak lagi sepenuhnya berasal dari hasil monitoring pemerintah, tetapi juga dari partisipasi warga yang mendokumentasikan temuan atau kerusakan situs melalui media digital.

Fenomena tersebut menunjukkan berkembangnya praktik *citizen reporting* dalam pelestarian kebudayaan. Kehadiran masyarakat sebagai penyedia informasi awal memungkinkan organisasi memperoleh informasi secara lebih cepat dibandingkan apabila hanya mengandalkan mekanisme birokrasi. Dalam perspektif komunikasi risiko (*risk communication*), kondisi tersebut sangat penting karena kerusakan cagar budaya sering kali memerlukan respons yang cepat agar tidak berkembang menjadi kerusakan permanen. Oleh karena itu, komunikasi bukan hanya berfungsi menyampaikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga menjadi sistem deteksi dini (*early warning system*) bagi organisasi.

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa setiap laporan yang diterima masyarakat tidak langsung ditindaklanjuti sebagai dasar kebijakan. BPK Wilayah XVIII menerapkan mekanisme verifikasi melalui survei lapangan yang dilakukan oleh tim teknis. Proses ini terlihat pada kasus dugaan batu megalitik di Kabupaten Polewali Mandar. Informasi awal berasal dari masyarakat yang menduga bahwa batu tersebut merupakan peninggalan megalitik. Setelah dilakukan observasi lapangan dan analisis arkeologis, tim menyimpulkan bahwa objek tersebut tidak memiliki karakteristik tinggalan megalitik seperti yang terdapat di kawasan Lore Lindu. Hasil verifikasi tersebut kemudian dipublikasikan kembali kepada masyarakat melalui media resmi BPK sehingga masyarakat memperoleh informasi yang valid mengenai status objek yang dilaporkan.

Proses tersebut menunjukkan bahwa komunikasi berlangsung dalam suatu siklus yang terdiri atas pengumpulan informasi, verifikasi ilmiah, pengambilan keputusan, dan penyampaian kembali hasil kepada publik. Siklus ini memperlihatkan bahwa komunikasi tidak hanya menghubungkan organisasi dengan masyarakat, tetapi juga menghubungkan pengetahuan lokal yang dimiliki masyarakat dengan pengetahuan ilmiah yang dimiliki organisasi. Dengan demikian, *public relations* berfungsi sebagai jembatan antara pengalaman masyarakat dengan otoritas ilmiah dan kebijakan pemerintah.

Dalam perspektif teori *public relations*, praktik tersebut memperlihatkan dominasi fungsi *communication facilitator* sebagaimana dikemukakan Dozier dan Broom dalam Ruslan (2017). *Public relations* bertindak sebagai penghubung yang memungkinkan informasi mengalir dari masyarakat kepada organisasi maupun sebaliknya. Fungsi tersebut menjadi sangat penting karena kualitas kebijakan perlindungan sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diterima organisasi. Semakin cepat dan akurat informasi yang diterima, semakin besar peluang organisasi melakukan tindakan penyelamatan secara efektif.

Di sisi lain, proses verifikasi yang dilakukan BPK menunjukkan bahwa organisasi tetap mempertahankan fungsi *expert prescriber*, yaitu pihak yang memiliki otoritas profesional dalam menentukan keputusan berdasarkan pertimbangan ilmiah. Relasi antara praktisi PR dan public dalam peran ini menyerupai hubungan antara dokter dan pasien (Yulinar, 2022). Hal ini membedakan komunikasi pada lembaga pelestarian budaya dengan komunikasi organisasi bisnis. Meskipun masyarakat dapat menyampaikan berbagai informasi, keputusan mengenai status cagar budaya tetap harus didasarkan pada kajian arkeologi, sejarah, regulasi, dan standar pelestarian yang berlaku. Oleh karena itu, hubungan komunikasi yang terbangun tidak sepenuhnya bersifat egaliter.

Jika dianalisis menggunakan model Grunig dan Hunt, komunikasi pada ranah perlindungan menunjukkan perpaduan antara *public information* dan *two-way asymmetrical*. *public information* menekankan penyampaian informasi secara satu arah dari humas kepada publik sementara model *two-way asymmetrical* memposisikan humas sebagai proses persuasi berbasis riset, yang digunakan untuk memahami serta memengaruhi publik demi kepentingan organisasi (Nababan, 2020). Karakteristik *public information* terlihat ketika organisasi secara konsisten mempublikasikan hasil survei, penetapan

status cagar budaya, pemasangan papan nama situs, maupun kegiatan pemagaran sebagai bentuk transparansi kepada masyarakat. Informasi yang disampaikan bersifat faktual, edukatif, dan tidak diarahkan untuk melakukan persuasi. Sebagai lembaga pemerintah, penyampaian informasi yang akurat merupakan bagian dari akuntabilitas publik sekaligus bentuk pertanggungjawaban organisasi terhadap masyarakat.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi BPK Wilayah XVIII telah berkembang melampaui karakteristik *public information*. Informasi dari masyarakat dimanfaatkan sebagai dasar identifikasi persoalan, penyusunan prioritas program, serta penentuan lokasi survei lapangan. Dengan demikian, masyarakat tidak lagi hanya diposisikan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai penyedia informasi yang memengaruhi proses kerja organisasi. Kondisi ini mencerminkan karakteristik *two-way asymmetrical*, yaitu komunikasi dua arah yang memanfaatkan umpan balik publik untuk meningkatkan efektivitas organisasi, meskipun otoritas pengambilan keputusan tetap berada pada organisasi.

Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Romadhan et al. (2019) yang menunjukkan bahwa komunikasi lembaga kebudayaan masih didominasi oleh pola *public information* melalui sosialisasi dan penyuluhan budaya. Pada BPK Wilayah XVIII, masyarakat telah berperan lebih aktif melalui pelaporan, diskusi digital, serta keterlibatan dalam identifikasi persoalan pelestarian. Namun demikian, penelitian ini juga memperlihatkan bahwa ruang partisipasi tersebut masih bersifat konsultatif. Masyarakat dapat memengaruhi agenda kerja organisasi melalui penyampaian informasi, tetapi belum memiliki ruang untuk terlibat dalam proses penentuan kebijakan perlindungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi telah bergerak menuju pola yang lebih partisipatif, tetapi belum mencapai karakteristik *two-way symmetrical* yang menempatkan organisasi dan publik sebagai mitra yang memiliki posisi relatif setara dalam proses pengambilan keputusan.

Lebih jauh, hasil observasi terhadap pemanfaatan media sosial menunjukkan bahwa komunikasi perlindungan telah memasuki era *digital heritage communication*. Media sosial tidak lagi hanya menjadi saluran publikasi, tetapi berkembang menjadi ruang dialog yang memungkinkan masyarakat melaporkan temuan, mendiskusikan isu pelestarian, sekaligus memperoleh klarifikasi resmi dari organisasi. Fenomena ini memperlihatkan bahwa transformasi digital telah mengubah pola komunikasi pelestarian budaya dari komunikasi birokratis yang bersifat satu arah menuju komunikasi jejaring (*networked communication*). Dalam konteks tersebut, efektivitas *public relations* tidak lagi hanya ditentukan oleh kemampuan organisasi memproduksi informasi, tetapi juga oleh kemampuannya mengelola percakapan publik (*public conversation*) yang berkembang di ruang digital.

Model Komunikasi *Public Relations* pada Ranah Pengembangan Kebudayaan

Berbeda dengan ranah perlindungan yang berorientasi pada perlindungan aset budaya melalui mekanisme pelaporan dan verifikasi, komunikasi *public relations* pada ranah pengembangan kebudayaan lebih diarahkan untuk membangun apresiasi, meningkatkan literasi budaya, dan memperluas partisipasi masyarakat terhadap berbagai aktivitas kebudayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPK Wilayah XVIII memanfaatkan beragam program, seperti Student on Sandek, Laskar Budaya, festival budaya, pameran, bioskop keliling, lokakarya, serta publikasi digital sebagai instrumen komunikasi untuk mendekatkan masyarakat dengan warisan budaya. Program-program tersebut tidak hanya berfungsi sebagai agenda pelestarian, tetapi juga menjadi media komunikasi yang dirancang untuk membangun pengalaman budaya (*cultural experience*) sehingga masyarakat tidak sekadar menerima informasi, melainkan turut merasakan, memahami, dan mengapresiasi nilai-nilai budaya.

Hasil wawancara dengan Pamong Budaya menunjukkan bahwa setiap kegiatan diawali dengan identifikasi karakteristik audiens. Pelajar sekolah dasar dan menengah, mahasiswa, komunitas budaya, pelaku seni, maupun masyarakat umum diposisikan sebagai kelompok sasaran yang memiliki kebutuhan komunikasi berbeda. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan tidak bersifat seragam.

Pada program *Student on Sandek*, misalnya, komunikasi dikemas melalui permainan edukatif, simulasi, dan pengalaman langsung mengenal warisan budaya. Sebaliknya, festival budaya dan pameran lebih menonjolkan interaksi antara pelaku budaya dan masyarakat melalui pertunjukan seni, pameran koleksi, serta dialog kebudayaan. Strategi ini menunjukkan bahwa BPK Wilayah XVIII telah menerapkan prinsip segmentasi publik yang menjadi salah satu karakteristik utama *strategic public relations*, yaitu penyusunan pesan berdasarkan karakteristik dan kebutuhan masing-masing kelompok sasaran (Kriyantono, 2017).

Selain melalui komunikasi tatap muka, penelitian menemukan bahwa media digital menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan kebudayaan. Informan dari tim publikasi menjelaskan bahwa Instagram dan Facebook digunakan sebagai media utama untuk menyebarluaskan informasi kegiatan, dokumentasi pelestarian, dan edukasi budaya karena kedua platform tersebut memiliki pengguna yang didominasi generasi muda. Sementara itu, YouTube dimanfaatkan untuk mendistribusikan film dokumenter, dokumentasi objek pemajuan kebudayaan, serta video edukasi berdurasi panjang. Pemilihan platform tersebut menunjukkan bahwa organisasi telah menyesuaikan bentuk pesan dengan karakteristik media dan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Temuan ini mendukung pandangan Dozier dan Broom dalam (Ruslan, 2017), bahwa teknisi komunikasi berfokus pada aspek teknis dari komunikasi organisasi. Praktisi PR dalam peran ini berfungsi sebagai *journalist in residence* yang menyediakan layanan teknis komunikasi, seperti penulisan, pengeditan, produksi media, dan pengelolaan saluran komunikasi internal maupun eksternal.

Dokumen LAKIN Tahun 2024 memperlihatkan bahwa target penyelenggaraan kegiatan kebudayaan berhasil dilampaui secara signifikan. Dari target 14 kegiatan, BPK Wilayah XVIII merealisasikan 21 kegiatan atau mencapai 150 persen dari target yang ditetapkan. Capaian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi telah menjadi bagian integral dari strategi organisasi dalam memperluas jangkauan pelestarian budaya. Namun demikian, keberhasilan tersebut tidak hanya diukur dari jumlah kegiatan yang terlaksana, melainkan juga dari kemampuan organisasi mengubah setiap kegiatan menjadi sumber komunikasi yang dapat terus menjangkau masyarakat melalui media digital. Hasil observasi pada penyelenggaraan *Ethnic Music Night* memperlihatkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan tidak berhenti pada pelaksanaan acara secara luring. Dokumentasi pertunjukan, wawancara dengan pelaku budaya, hingga respons pengunjung diproduksi ulang menjadi berbagai bentuk konten digital yang kemudian dipublikasikan melalui media sosial BPK Wilayah XVIII. Praktik ini menunjukkan bahwa satu kegiatan budaya menghasilkan berbagai produk komunikasi yang mampu memperpanjang umur pesan (*message longevity*) sekaligus memperluas jangkauan audiens di luar peserta yang hadir secara langsung. Dalam konteks komunikasi digital, strategi tersebut menunjukkan adanya konvergensi antara komunikasi luring dan daring sehingga pengalaman budaya tidak berhenti ketika kegiatan selesai, tetapi terus berlanjut melalui ruang digital.

Komunikasi pada ranah pengembangan memperlihatkan perpaduan antara *press agency* dan *public information*. *Press agency* menggambarkan pola komunikasi satu arah dari organisasi kepada publik dengan tujuan utama menarik perhatian, sementara *public information* menekankan penyampaian informasi satu arah (Kriyantono, 2017). Karakteristik *press agency* terlihat dari upaya organisasi menarik perhatian masyarakat melalui festival budaya, pameran, permainan interaktif, hingga pemanfaatan teknologi seperti *virtual reality* dalam mengenalkan situs budaya. Akan tetapi, berbeda dengan karakteristik *press agency* yang menekankan publisitas semata, strategi komunikasi BPK Wilayah XVIII tetap mengedepankan penyampaian informasi yang edukatif mengenai sejarah, nilai budaya, dan pentingnya pelestarian warisan budaya. Dengan demikian, publisitas tidak menjadi tujuan akhir komunikasi, melainkan pintu masuk untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap kebudayaan.

Temuan lain yang menarik adalah keterlibatan *influencer* lokal dalam promosi kegiatan budaya. Menurut informan, strategi ini dilakukan karena generasi muda lebih mudah menerima informasi

melalui figur digital yang memiliki kedekatan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Kolaborasi tersebut menunjukkan bahwa BPK Wilayah XVIII mulai mengembangkan komunikasi berbasis jejaring (*networked communication*), di mana organisasi tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi, tetapi bekerja sama dengan aktor eksternal yang memiliki pengaruh terhadap audiens tertentu. Praktik ini sejalan dengan perkembangan *public relations* digital yang menempatkan kolaborasi dengan *content creator* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan jangkauan dan kredibilitas pesan organisasi.

Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa pemanfaatan media sosial masih lebih banyak berfungsi sebagai media diseminasi informasi dibandingkan sebagai sarana evaluasi program. Berbagai komentar, tanggapan, dan masukan masyarakat memang direspons oleh pengelola media sosial, tetapi belum dikelola secara sistematis sebagai dasar penyusunan kebijakan maupun inovasi kegiatan berikutnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dua arah telah mulai berkembang, namun masih berada pada tahap *engagement* dan belum sepenuhnya mencapai karakteristik *two-way symmetrical* sebagaimana dikemukakan Grunig dan Hunt. Padahal, komunikasi simetris tidak hanya ditandai oleh adanya interaksi antara organisasi dan publik, tetapi juga oleh kesediaan organisasi memanfaatkan umpan balik tersebut sebagai dasar pembelajaran dan perubahan kebijakan.

Dengan demikian, hasil penelitian memperlihatkan bahwa komunikasi pada ranah pengembangan telah berhasil memperluas jangkauan pelestarian budaya melalui integrasi antara kegiatan luring dan media digital. Namun, tantangan yang masih dihadapi adalah bagaimana mengubah interaksi digital tersebut menjadi mekanisme pembelajaran organisasi yang mampu meningkatkan kualitas program secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi *public relations* pada lembaga pelestarian kebudayaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan konten yang menarik, tetapi juga oleh kemampuan mengelola partisipasi masyarakat sebagai sumber inovasi dalam pemajuan kebudayaan.

Model Komunikasi *Public Relations* pada Ranah Pengembangan, Pemanfaatan, dan Pembinaan Kebudayaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi *public relations* BPK Wilayah XVIII pada ranah pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan kebudayaan berorientasi pada peningkatan partisipasi masyarakat melalui penyebaran informasi, pemberdayaan komunitas, dan pembangunan kolaborasi antarpemangku kepentingan. Berbeda dengan ranah perlindungan yang menitikberatkan pada pengelolaan informasi mengenai kondisi cagar budaya, ketiga ranah ini lebih diarahkan untuk membangun hubungan yang berkelanjutan antara lembaga dengan masyarakat melalui berbagai program pemajuan kebudayaan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun pengalaman budaya (*cultural experience*), memperkuat jejaring kebudayaan, dan meningkatkan kapasitas masyarakat sebagai pelaku utama pelestarian budaya.

Pada ranah pengembangan, BPK Wilayah XVIII menyelenggarakan berbagai program, seperti *Student on Sandek*, *Laskar Budaya*, festival budaya, pameran, bioskop keliling, lokakarya, dan dialog kebudayaan dengan menyesuaikan karakteristik audiens. Pelajar, mahasiswa, komunitas budaya, pelaku seni, dan masyarakat umum memperoleh pendekatan komunikasi yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan tingkat literasi budayanya. Program bagi pelajar dikemas melalui permainan edukatif, simulasi, dan pengalaman langsung, sedangkan festival dan pameran lebih menekankan interaksi antara masyarakat dengan pelaku budaya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa BPK Wilayah XVIII telah menerapkan prinsip segmentasi publik dalam *strategic public relations*, yaitu menyusun strategi komunikasi berdasarkan karakteristik khalayak sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih efektif (Kriyantono, 2017).

Pengembangan kebudayaan juga didukung oleh pemanfaatan media digital sebagai sarana diseminasi informasi. Instagram dan Facebook digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan,

edukasi budaya, dan dokumentasi pelestarian, sedangkan YouTube dimanfaatkan untuk mendistribusikan film dokumenter dan video edukasi berdurasi panjang. Hasil observasi menunjukkan bahwa setiap kegiatan budaya tidak berhenti pada pelaksanaan secara luring, tetapi diproduksi ulang menjadi berbagai bentuk konten digital sehingga mampu memperpanjang jangkauan pesan kepada masyarakat. Praktik ini menunjukkan bahwa komunikasi budaya telah berkembang menuju *digital heritage communication*, yaitu pemanfaatan media digital untuk memperluas akses masyarakat terhadap informasi kebudayaan sekaligus menjaga keberlanjutan pengalaman budaya di ruang digital.

Strategi komunikasi tersebut diperkuat melalui pelibatan *influencer* lokal dalam promosi kegiatan budaya. Menurut informan, kolaborasi dilakukan untuk menjangkau generasi muda yang lebih banyak memperoleh informasi melalui media sosial dibandingkan saluran komunikasi pemerintah. Temuan ini menunjukkan bahwa BPK Wilayah XVIII telah mengembangkan komunikasi berbasis jejaring (*networked communication*), di mana organisasi tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi, tetapi bekerja sama dengan aktor eksternal yang memiliki pengaruh terhadap kelompok sasaran tertentu. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa interaksi di media sosial masih lebih banyak dimanfaatkan sebagai media diseminasi informasi daripada sebagai mekanisme evaluasi program. Berbagai tanggapan masyarakat belum dikelola secara sistematis sebagai dasar penyusunan kegiatan berikutnya sehingga komunikasi dua arah masih didominasi karakteristik *two-way asymmetrical*.

Pada ranah pemanfaatan dan pembinaan, komunikasi lebih diarahkan pada pemberdayaan komunitas melalui Program Fasilitasi Pemajuan Kebudayaan (FPK), pendampingan teknis, pelatihan, dan konsultasi. BPK Wilayah XVIII memberikan ruang kepada komunitas untuk merancang dan melaksanakan program budaya sesuai dengan kebutuhan lokal, sementara organisasi berperan dalam proses seleksi, pendampingan administrasi, serta pengawasan pelaksanaan kegiatan. Pola tersebut menunjukkan bahwa komunikasi tidak lagi bersifat instruksional, tetapi berkembang menjadi mekanisme kolaborasi yang menempatkan masyarakat sebagai mitra dalam pemajuan kebudayaan. Dalam perspektif Dozier dan Broom, kondisi ini mencerminkan peran *communication facilitator* dan *problem solving process facilitator*, yaitu *public relations* yang memfasilitasi hubungan organisasi dengan publik sekaligus membantu penyelesaian persoalan yang dihadapi masyarakat dalam pelaksanaan program (Ruslan, 2017).

Meskipun hubungan komunikasi telah berkembang lebih partisipatif, penelitian menemukan bahwa proses evaluasi bersama masih belum terlembaga. Komunitas budaya menyampaikan berbagai masukan mengenai peningkatan nilai fasilitasi, pengembangan basis data karya, serta evaluasi dampak program, namun sebagian besar rekomendasi tersebut belum menjadi kebijakan organisasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi telah membuka ruang dialog, tetapi pengambilan keputusan strategis masih berada pada organisasi. Dengan demikian, praktik komunikasi lebih mencerminkan *two-way asymmetrical model*, yaitu komunikasi dua arah yang memanfaatkan umpan balik publik untuk meningkatkan efektivitas program tanpa mengalihkan otoritas pengambilan keputusan kepada masyarakat (Grunig & Hunt, 1984).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi *public relations* BPK Wilayah XVIII berkembang dari pola penyebaran informasi menuju komunikasi kolaboratif yang melibatkan berbagai aktor dalam ekosistem kebudayaan. Namun, karakter komunikasi berbeda pada setiap ranah pemajuan kebudayaan. Pada ranah perlindungan, komunikasi didominasi model *public information* yang dipadukan dengan *two-way asymmetrical* melalui mekanisme pelaporan dan verifikasi. Pada ranah pengembangan, komunikasi mengombinasikan *press agency* dan *public information* untuk meningkatkan literasi budaya melalui festival, pameran, media digital, dan kolaborasi dengan *influencer*. Sementara itu, pada ranah pemanfaatan dan pembinaan, komunikasi berkembang menuju pola yang lebih dialogis melalui pendampingan, fasilitasi, dan pemberdayaan komunitas, meskipun belum sepenuhnya mencapai karakteristik *two-way symmetrical*. Temuan ini menunjukkan bahwa model komunikasi *public relations* pada lembaga pelestarian kebudayaan bersifat

adaptif dan hibrida, di mana pemilihan model komunikasi ditentukan oleh tujuan program, karakteristik publik, dan kebutuhan pelestarian budaya. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya menjadi instrumen penyebaran informasi, tetapi juga menjadi mekanisme utama dalam membangun kolaborasi dan memperkuat ekosistem pelestarian kebudayaan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa praktik komunikasi *public relations* Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XVIII berlangsung secara terpadu melalui empat ranah pemajuan kebudayaan: perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan, dengan melibatkan beragam aktor seperti OPD, komunitas budaya, juru pelihara, dan masyarakat umum. Keempat ranah tersebut diikat oleh aliran pesan, umpan balik, dan pengelolaan informasi yang berjalan terus menerus antara lembaga dan publiknya, sehingga komunikasi menjadi unsur kunci dalam pelaksanaan mandat pelestarian kebudayaan di Sulawesi Tengah dan Sulawesi Barat. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa BPK Wilayah XVIII berada pada fase transisi menuju praktik komunikasi yang lebih responsif dan partisipatif. Lembaga memberi ruang ide bagi komunitas, dan memanfaatkan berbagai media untuk menyampaikan hasil pelestarian kepada publik. Namun struktur komunikasi *public relations* yang terbangun masih menunjukkan pola yang putusan dominan ditentukan oleh lembaga. Kondisi ini menegaskan bahwa komunikasi BPK Wilayah XVIII menyisakan pekerjaan rumah untuk memperkuat mekanisme dialog dan penyesuaian timbal balik agar posisi publik sebagai mitra dalam pelestarian kebudayaan dapat terwujud secara lebih seimbang.

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin memperluas pemetaan model komunikasi PR di balai pelestarian wilayah lain atau membandingkan praktik lembaga kebudayaan dengan sektor pemerintah berbeda, sehingga memperkaya pemahaman tentang dinamika hubungan masyarakat di ranah kebudayaan Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran praktis dapat diberikan bagi Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XVIII disarankan untuk memperkuat mekanisme komunikasi dua arah yang lebih terstruktur. Hal ini dapat dilakukan dengan menyusun prosedur operasional standar (SOP) pengelolaan umpan balik publik yang mengatur alur penerimaan laporan, klasifikasi isu, tindak lanjut, serta bagaimana hasil tindak lanjut tersebut diintegrasikan ke dalam siklus perencanaan dan evaluasi program lembaga. BPK Wilayah XVIII perlu mengoptimalkan kanal digital sebagai ruang komunikasi dialogis. Website resmi dan akun media sosial lembaga dapat dilengkapi dengan fitur formulir aduan, ruang saran, dan pelacakan tindak lanjut laporan sehingga masyarakat, juru pelihara, komunitas, dan OPD dapat memantau status laporan mereka serta melihat tahapan penanganan yang dilakukan oleh lembaga. Penguatan fitur ini akan membantu memindahkan praktik komunikasi yang selama ini banyak bergantung pada jalur informal ke dalam sistem yang lebih transparan, terdokumentasi, dan akuntabel.

REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press
- Atsar, A. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Pengetahuan Dan Ekspresi Budaya Tradisional Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Ditinjau Dari Undang-Undang No. 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan Dan Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Law Reform*, 13(2), 284. Doi: <https://doi.org/10.14710/lr.v13i2.16162>
- Batoa, H., Mardin, Nelvi, Y., Wunawarsih, I. A., Mustopa, A. J., & Yora, M. (2024). *Penyuluhan dan komunikasi pertanian*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Butterick, K. (2012). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Destyfitriana, I. (2024). *Penggunaan media dalam diseminasi nilai-nilai budaya (Studi kasus pada Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta dalam diseminasi nilai-nilai Sumbu Filosofi*

- pada tahun 2022–2023) (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia). Retrieved from <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/237333>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2020). Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah (PPKD). Retrieved from <https://ppkd.kemenbud.go.id/>
- Kriyantono, R. (2017). *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi penelitian dan praktik*. Jakarta: Salemba Humanika
- Maulidia, R. (2020). Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi pada Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kota Bogor). *Ejournal Gunadarma*, 14(7), 9-17. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/view/4957>.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Morrison. (2020). *MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta. Prenadamedia Group
- Nababan, S. (2020). Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial (Studi Kasus Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 4(1), 1-15. Doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.56873/jimik.v4i1.88>
- Noventari, W., & Pratama, A. Y. (2019). Analisis strategi kebudayaan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan dalam rangka memperkuat bingkai integrasi nasional. *Jurnal Ilmiah Hukum*, 13(1), 1-14
- Pratiwi, D. E., & Wihardi, D. (2018). Publikasi kegiatan pemerintah Kabupaten Karawang melalui Instagram. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Pantarei*, 2(3), 1–8. Retrieved from <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/306>
- Putra, I. G. N. (2014). *Overview terhadap humas dan konsep teknik kehumasan*. Dalam *Teknik hubungan masyarakat* (Modul 1, pp. 1–36). Jakarta, Indonesia: Universitas Terbuka. Retrieved from <https://repository.ut.ac.id/4511/2/SKOM4332-M1.pdf>
- Republik Indonesia. (2017). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan. Jakarta, Indonesia
- Republik Indonesia. (2010). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya*. Jakarta, Indonesia
- Romadhan, M. I., Rohimah, A., & Pradana, B. C. S. A. (2019). Implementasi Model Public Relations Dalam Mensosialisasikan Budaya Lokal Kepada Generasi Millennial Di Sumenep. *Jurnal Metakom*, 3(2), 97–108
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen public relations dan media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi* (Edisi revisi). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sesa, Y. (2021). *Pengaruh nilai-nilai budaya terhadap kinerja Badan Usaha Milik Lembang (BUMLem) melalui orientasi kewirausahaan di Kabupaten Toraja Utara* (Master's Thesis), Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia). Retrieved from https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/10571/2/A042191041_tesis_01-11-2021%201-2.pdf
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syarianah, S. (2017). Monitoring Kegiatan Diseminasi Hasil Penelitian Pada Balai Penelitian Dan Pengembangan Budidaya Air Payautahun 2010-2015. *Jurnal Pari*, 2(1), 7. Doi: <https://doi.org/10.15578/jp.v2i1.3242>
- Yulinar, R., & Boediman, E. P. (2022). Peran Public Relations Vinski Regenerative Centre Dalam Mempertahankan Reputasi Melalui Program “ Celltech Stemcell Centre .” *Jurnal Pantarei*, 6(1), 1-9. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/814>. Diakses pada tanggal 28 Agustus 2025