



PENGARUH HUMAS TERHADAP KEGIATAN *COMMUNITY RELATIONS* PADA PT KERETA COMMUTER INDONESIA AREA JABODETABEK

*Reni Novia*¹, *Miftahul Nurul Fajriah*²

reni_novia@ibm.ac.id¹, mitafajriah@gmail.com²

Prodi Studi Ilmu Komunikasi^{1,2} *Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi*

ABSTRACT

Erecting good connections with the girding community through enforcing community conditioning is one of the places of public relations. thus, experimenters conducted exploration with the title "The Influence of Public Relations on Community Relations Conditioning at PT Kereta Commuter Indonesia Jabodetabek Area". The aim Building good connections with the girding community through enforcing community conditioning is one of the places of public relations. thus, experimenters conducted exploration with the title "The Influence of Public Relations on Community Relations Conditioning at PT Kereta Commuter Indonesia Jabodetabek Area". The end of this exploration is to empirically test the influence of public relations on community relations conditioning at PT Kereta Commuter Indonesia Jabodetabek Area. The methodology used is quantitative. The population of this exploration is people who took part in PT KCI's public relations conditioning in January- February 2023. The slice system used in this exploration was impregnated slice with a aggregate of 50 repliers. The data analysis styles are validity test, trustability test, normalcy test, linearity test, simple direct retrogression test, section test(T) and measure of determination test(R) using the SPSS 25 operation. The exploration results show t- number > t- table(16,823 > 1,677). The t- test results also givea significance of lower than 0.1 or 10(0.000 < 0.1). therefore it can be concluded that PT KCI's public relations has a positive and significant influence on community conditioning. crucial words Public relations, communication, public relations, social responsibility of this exploration is to empirically test the influence of public relations on community relations conditioning at PT Kereta Commuter Indonesia Jabodetabek Area. The methodology used is quantitative. The population of this exploration is people who took part in PT KCI's public relations conditioning in January- February 2023. The slice system used in this exploration was impregnated slice with a aggregate of 50 repliers. The data analysis styles are validity test, trustability test, normalcy test, linearity test, simple direct retrogression test, section test(T) and measure of determination test(R) using the SPSS 25 operation. The exploration results show t- number > t- table(16,823 > 1,677). The t- test results also give a significance of lower than 0.1 or 10(0.000 < 0.1). therefore it can be concluded that PT KCI's public relations has a positive and significant influence on community conditioning. crucial words Public relations, communication, public relations, social responsibility

Keywords: Public Relations, communications, community relations, social responsibility



PENDAHULUAN

Transportasi merupakan salah satu sektor yang sangat penting bagi suatu negara karena dapat mendukung perekonomian masyarakat sebagaimana fungsinya yaitu menyediakan sarana untuk mobilitas manusia dan barang demi mendapatkan kebutuhan inti. Begitu pula dengan adanya transportasi publik yang terintegrasi dapat mempercepat distribusi barang dan jasa, mengurangi kemacetan, dan mempersingkat jarak tempuh. Moda transportasi publik menjadi salah satu yang digemari oleh masyarakat, khususnya di kota-kota besar. Dewasa ini transportasi publik sudah banyak sekali mengalami perkembangan yang signifikan baik secara teknologi maupun layanan yang disediakan. Banyak ragam pilihan moda transportasi darat yang dapat dipilih oleh masyarakat antara lain seperti kereta, busway, angkutan umum (angkot), ojek online, dan taksi.

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan perlu memperhatikan hubungan dengan stakeholder-nya termasuk dengan khalayak sekitar atau masyarakat. Tak terkecuali yang dilakukan oleh PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) dalam membangun hubungan dengan masyarakat sekitar yaitu dengan melakukan kegiatan *community relations*. Sebagai bagian dari *Commercial Social Responsibility* (CSR), kegiatan *community relations* menjadi sangat penting dilakukan untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. PT KCI yang merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan transportasi publik kereta komuter dalam hal ini mengakuinya. *Community relations* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menjalankan komitmennya terhadap lingkungan. Dalam Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) menjelaskan bahwa perusahaan berperan dalam membangun perekonomian untuk meningkatkan kualitas kehidupan lingkungan yang bermanfaat bagi semua pihak. Bahkan dalam pasal 74 ayat (4) undang-undang Perseroan Terbatas kegiatan TJSL diamanatkan secara khusus (Riksaning Ayu & Supartoko, 2020).

Hubungan perusahaan dengan masyarakat atau komunitas tidak hanya dilihat dari segi hubungan ekonomi saja, melainkan perlu mementingkan aspek sosial (Zubair et al., 2020). Kegiatan ini bertujuan agar tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat dengan memberikan manfaat atau kontribusi positif dalam memperkuat ikatan sosial di lingkungan sekitar. Maka dari itu, penting bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat di wilayah operasional baik dalam aspek sosial maupun aspek lingkungan. Kegiatan *community relations* yang dilakukan oleh PT KCI meliputi berbagai kegiatan seperti bantuan sosial, program sosialisasi, program penghijauan, dan program Pendidikan.

Sebagai ujung tombak penyedia layanan, tentunya PT KCI turut bertanggung jawab dengan adanya insiden tersebut. Namun sangat disayangkan sekali dengan perbuatan yang dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. PT KCI dalam hal ini terus meningkatkan pengawasan dan patroli di sekitar jalur kereta, terutama di daerah yang dianggap rentan terjadi aksi vandalisme dan pelemparan. Selain itu, PT KCI melakukan kegiatan *community relations* dengan melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai bahaya dan konsekuensi dari tindakan yang dilakukan juga mengenai pentingnya menjaga keamanan dan ketertiban di sekitar kawasan rel kereta. Dengan upaya tersebut diharapkan dapat meminimalisir bahkan mengeliminasi aksi



vandalisme dan pelemparan ke arah kereta.

Keberhasilan dari suatu kegiatan *community relations* tidak hanya bergantung pada program- program yang dilakukan, melainkan ada peran penting seorang profesional dalam menyampaikan pesan- pesan institusi dengan baik. Dalam hal ini humas atau *public relations* yang mengemban tugas tersebut. Humas berperan dalam membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat melalui berbagai kegiatan komunikasi dan hubungan publik. Selain itu, humas juga berperan dalam menyebarluaskan informasi dan memperkenalkan terkait program- program perusahaan kepada publik. Menurut Cutlip, dkk (dalam Agus Budianto et al., 2020) humas merupakan suatu kegiatan komunikasi yang didalamnya terdapat penyampaian pesan atau gagasan dari suatu organisasi kepada publiknya untuk menumbuhkan kepentingan bersama sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan lingkungannya. Humas menjadi penghubung komunikasi antara perusahaan dengan publiknya baik dengan pihak internal maupun eksternal. Publik disini dapat diartikan sebagai masyarakat atau komunitas yang berdiam di wilayah daerah operasional PT KCI. Dalam menjalin relasi dengan pihak eksternal, seorang praktisi humas memiliki peran yang sangat penting. Humas memiliki tanggung jawab dalam mengelola dan mengkomunikasikan informasi perusahaan kepada publik agar tercipta hubungan yang positif serta mendapatkan dukungan dari publiknya. Selain itu, humas berperan menjalin dan membina hubungan dengan lingkungan agar mempertahankan citra yang baik. PT KCI dalam hal ini melalui humasnya dituntut untuk membangun dan membina hubungan baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar. Dengan kegiatan *community relations* yang dilakukan oleh PT KCI, diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan layanan transportasi publik, serta memperkuat citra positif perusahaan di mata

KAJIAN LITERATUR

A. Humas

Menurut Cutlip & Center yang dikutip dalam buku *Community Relations Generalities and Operations* (Iriantara, 2019), humas atau humas adalah suatu upaya terencana untuk mempengaruhi opini publik dengan cara yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang dilandasi oleh komunikasi dua arah untuk memuaskan keduanya. Pihak, pada prinsipnya humas adalah suatu usaha yang melibatkan komunikasi. oleh karena itu, humas juga dianggap sebagai hal komunikasi, videlicet memperkuat dan mengubah kognisi, kasih sayang dan geste komunikasi. Menurut Kusumastuti (Riska dkk., 2019) objek humas ada 3, videlicet

B. *Community Relations* dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial bisnis, sering dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), adalah komitmen jangka panjang yang dibuat suatu perusahaan terhadap lingkungannya. Menurut Bowem (dikutip dalam Sari & Juliana, 2023), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah tanggung jawab yang dilakukan bisnis untuk merancang program, menetapkan opini, dan menyelaraskan tindakan mereka dengan nilai-nilai dan pretensi masyarakat. Jika kita menerjemahkan frasa “hubungan komunitas” dalam bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia, kita mendapatkan “hubungan dengan komunitas”. Dalam hal ini humas mengedepankan hubungan kekeluargaan agar dapat memperoleh manfaat timbal balik. Meningkatkan “partisipasi dan kedudukan” suatu perkumpulan dalam suatu komunitas melalui kerja keras untuk kepentingan bersama perkumpulan dan komunitas adalah definisi lain dari hubungan masyarakat yang diberikan oleh Jerold.

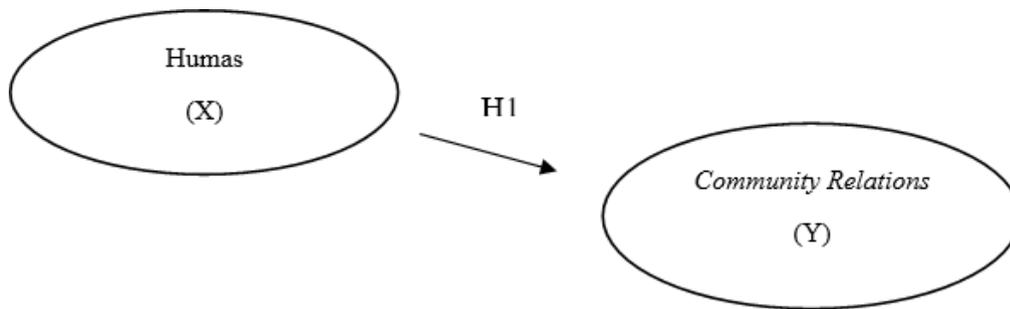


C. Kerangka Berpikir

Sebagaimana dikemukakan oleh (Zaki dan Saiman, 2021) spekulasi merupakan dugaan sementara terhadap rencana suatu permasalahan dari penelitian yang realitasnya saat ini sepertinya belum dapat diuji. Sementara itu, menurut Ketut (2007) dalam Zaki dan Saiman (2021), pemeriksaan merupakan penegasan tidak kekal atas suatu rencana permasalahan berdasarkan hipotesis yang lalu.

Dalam penelitian ini, peneliti telah merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Ada pengaruh antara humas terhadap kegiatan *community relations*
- H0: Tidak ada pengaruh antara humas terhadap kegiatan *community relations*



Gambar 1.1 : Kerangka Pemikiran



METODE

Teknik penelitian merupakan serangkaian strategi yang digunakan selama eksplorasi untuk mendapatkan informasi dengan tujuan dan kegunaan yang jelas (Sugiyono, 2018). Dalam mengarahkan eksplorasi ini, para ilmuwan menggunakan strategi pemeriksaan kuantitatif. Neuman (2003) (dalam Ramadhan, 2021) menyatakan ada tiga jenis sistem yang digunakan saat memimpin ujian kuantitatif, yaitu tes, review, dan ujian isi. Dalam eksplorasi ini, para ilmuwan melibatkan strategi kajian sebagai gambaran populasi. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (Sugiyono, 2007:2) faktor-faktor penelitian tidak ditentukan secara pasti oleh analisis, dengan tujuan agar data mengenai faktor-faktor tersebut diperoleh, kemudian ditarik kesimpulannya. Para ilmuwan telah memilih cara kuantitatif untuk mengukur tingkat hubungan antara faktor periklanan (X) dan periklanan (Y).

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2007:61) populasi adalah suatu wilayah yang seluruhnya terdiri dari benda-benda yang mempunyai ciri-ciri dan kualitas tertentu yang tidak seluruhnya ditetapkan oleh para ilmuwan untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat setempat yang mengikuti latihan hubungan kelompok masyarakat PT Kereta Suburbanite Indonesia pada bulan Januari dan Februari 2023 sebanyak 50 orang untuk mendapatkan hasil dari penelitian sesuai dengan indikator yang terdapat pada teori. Adapun instrumen yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pengukuran
Humas	Terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (Aspek Kognisi)	Skala Likert
	Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi)	
	Memelihara dan menciptakan kerja sama (Aspek Psikomotoris)	
Community Relations	Status	
	Partisipasi	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana data yang diamati dalam penelitian cocok dengan apa yang peneliti ingin ukur (Sugiyono, 2018:267). Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor instrumen dengan total skor instrumen variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas:



- Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka 5nstrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika r hitung $< r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka 5nstrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 2. Uji Validitas Humas

Variabel	Item	Korelasi		Hasil Uji
		r-Hitung	r-Tabel	
Humas (X)	1	0,712	0,2353	Valid
	2	0,752	0,2353	Valid
	3	0,740	0,2353	Valid
	4	0,709	0,2353	Valid
	5	0,736	0,2353	Valid
	6	0,716	0,2353	Valid
	7	0,808	0,2353	Valid
	8	0,819	0,2353	Valid
	9	0,821	0,2353	Valid
	10	0,769	0,2353	Valid
	11	0,745	0,2353	Valid
	12	0,796	0,2353	Valid
	13	0,822	0,2353	Valid
	14	0,690	0,2353	Valid
	15	0,763	0,2353	Valid
	16	0,757	0,2353	Valid
	17	0,753	0,2353	Valid
	18	0,791	0,2353	Valid
	19	0,773	0,2353	Valid



Dilihat pada table-tabel pernyataan yang tersedia maka dapat disimpulkan mengenai semua item pertanyaankuesioner dari variable humas dan variable community relations adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen atau kuesioner dapat menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil jika diujikan kepada orang yang sama meskipun pada waktu yang berbeda. Tingkat reliabilitas suatu variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik Cronbach's Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai Cronbach's Alpha (α) $>0,60$. Nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60 menunjukkan tingkat reliabilitas yang cukup baik dan menandakan bahwa kumpulan item atau pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel memiliki konsistensi yang memadai. Sebaliknya, suatu variabel dikatakan tidak reliabel jika Cronbach's Alpha $<0,60$.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Humas (X)	0,964	0,60	Reliabilitas
Kegiatan Community Relations (Y)	0,950	0,60	Reliabilitas

Uji Normalitas

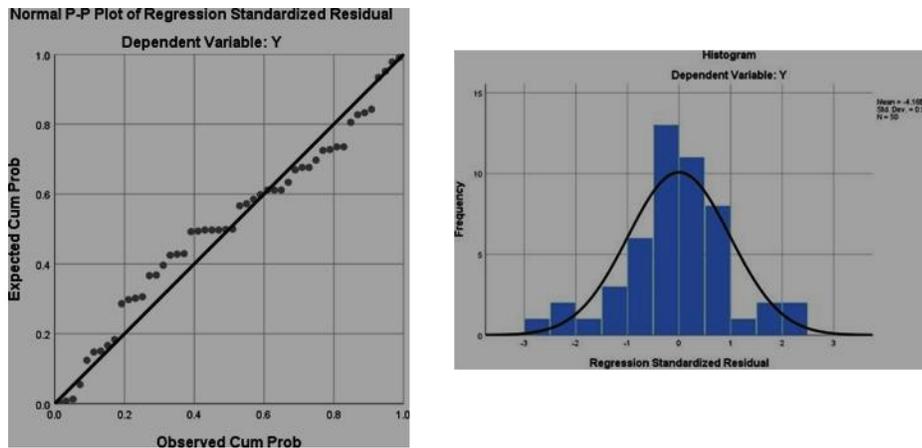
Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah data yang dikumpulkan dari sampel atau populasi terdistribusi dengan normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov dengan signifikansi 0,1. Jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data yang terdistribusi tidak normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan $>0,05$ maka data terdistribusi dengan normal. Berikut hasil uji normalitas data dengan SPSS 25 sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Unstandardize d Residual

N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.75462589
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.103
	Negative	-.112
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.156 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Gambar 1. Hasil P-Plot dan Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan tabel di atas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,156 atau lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menguji apakah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen yang digunakan menunjukkan hubungan yang linier atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Tabel 5. Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Community Relations * Humas	Between Groups	(Combined)	4364.087	25	174.563	10.486	.000
		Linearity	4072.856	1	4072.856	244.657	.000
		Deviation from Linearity	291.230	24	12.135	.729	.778
	Within Groups		399.533	24	16.647		
	Total		4763.620	49			

Berdasarkan tabel 4.45 di atas dapat diketahui bahwa nilai Sig. Deviation from Linearity > Alpha (0,778>0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa humas dan community relations memiliki hubungan yang line.



Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menguji seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel satu dengan yang lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat atau dependen, sedangkan variabel yang memengaruhi disebut variabel bebas atau independen. Dalam hal ini variabel community relations sebagai variabel dependen dan humas sebagai variabel independen.

Tabel 6. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.434	3.420		1.296	.201
	Humas	.662	.039	.925	16.823	.000

a. Dependent Variable: Community Relations

Berdasarkan tabel 4.47 dapat diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 4,434, sedangkan nilai humas (koefisien regresi) sebesar 0,662.

Uji Signifikasi Parsial (Uji-T)

Uji signifikasi parsial atau uji-t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji-t dengan nilai signifikansi $\alpha = 10\%$ sebagai berikut:

1. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas
 - a. Jika nilai probabilitas $< 0,1$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima
 - b. Jika nilai probabilitas $> 0,1$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak
2. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t-hitung
 - a. Jika t-hitung $>$ t-tabel, maka H_0 ditolak, H_1 diterima
 - b. Jika t-hitung $<$ t-tabel, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

Tabel 7. Uji Signifikasi Parsial (Uji T)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.434	3.420		1.296	.201
	Humas	.662	.039	.925	16.823	.000

a. Dependent Variable: Community Relations

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$ atau nilai signifikansi lebih kecil dari dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel humas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel community relation (Y).



Selanjutnya, diketahui t-hitung sebesar 16,823. Dengan menggunakan rumus df (degree of freedom) = $N - 2 = 50 - 2 = 48$, maka diperoleh t-tabel = 1,677. Dengan demikian, t-hitung 16,823 > 1,677 (t-tabel). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel humas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel community relations (Y).

Uji Koefisien Determinasi (Uji-R)

Uji koefisien determinasi atau uji r merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (humas) dapat menjelaskan variabel dependen (community relations). Uji determinasi dapat dilihat pada R Square, nilai R Square dikatakan baik apabila di atas 0,05.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 ^a	.855	.852	3.79353

a. Predictors: (Constant), Humas

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,855. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen (humas) terhadap variabel dependen (community relations) adalah 85,5%, sedangkan sisanya 14,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang penulisan dan pembahasan yang diperoleh oleh peneliti mengenai “Pengaruh Humas Terhadap Kegiatan Community Relations Pada PT Kereta Commuter Indonesia Area Jabodetabek“, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai R Square sebesar 0,855 yang artinya variabel humas memiliki pengaruh sebesar 85,5% terhadap variabel community relations dan sisanya 14,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
2. Hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 16,823 sementara nilai t-tabel sebesar 1,677. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa t-hitung > t-tabel ($16,823 > 1,677$). Dari hasil uji t juga diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 10% atau 0,1 ($0,000 < 0,1$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel humas (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel community relations (Y) atau dapat dikatakan H₀ ditolak dan H₁ diterima.

REFERENSI

- Agus Budianto, A., Hairunnisa, & M. Boer, K. (2020). *Peran Humas PT Multi Harapan Utama Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Di Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kartanegara*.
- Iriantara, Y. (2019). *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya* (R. Karyanti S. & I. Triadi N., Eds.; Revision). Simbiosis Rekatama Media.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian* (A. A. Effendy, Ed.). Cipta Media Nusantara.



- Riksaning Ayu, K., & Supartoko, B. (2020). Strategi Perusahaan Sido Muncul dalam Pengembangan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Warta ISKI*, 3(01), 1–12. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.47>
- Riska, N., Sugandi, & Dristiana, K. (2019). *PERAN HUMAS BADAN NARKOTIKA NASIONAL PROVINSI KALIMANTAN TIMUR DALAM MENJALANKAN PROGRAM P4GN* (Vol. 7, Issue 2). Onilne.
- Sari, N., & Juliana, P. (2023). *CORPORATE SOCIAL REPONSIBILITY*.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian* (E. Mulyatiningsih, Ed.). CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Zaki, M., & Saiman. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4.
- Zubair, F., Universitas, M. S., Raya, P. J., Sumedang, B., 21, K. M., & Barat, J. (2020). Pemahaman komunitas terhadap program community relations di Palimanan dan Citeureup. *Profesi Humas*, 5(1).