

PERAN STRATEGIS PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DAN KEPERCAYAAN PUBLIK MELALUI KOMUNIKASI EFEKTIF

Istanada Maulaya, Naila Mir'Atul Jayidah, Dwi Novaria Misidawati

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

mlyyyist12@gmail.com, nailamiratul620@gmail.com, dwi.novaria.misidawati@uingusdur.ac.id

Abstrak. Public Relations (PR) mempunyai peran penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik melalui komunikasi yang efektif. Artikel ini membahas strategi komunikasi PR yang dilakukan secara terencana dan konsisten untuk menciptakan hubungan harmonis antara organisasi dan publiknya. Metode yang digunakan adalah kajian literatur untuk mengidentifikasi peran komunikasi dalam memperkuat reputasi dan membangun kepercayaan. Hasil analisis menegaskan bahwa komunikasi efektif adalah kunci utama dalam mempertahankan citra dan kepercayaan publik secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Public Relations*, Komunikasi Efektif, Citra Positif, Kepercayaan Publik, Strategi Komunikasi

Abstract. Public Relations (PR) plays a crucial role in building a positive image and enhancing public trust through effective communication. This article explores PR communication strategies that are planned and consistent to create a harmonious relationship between organizations and their publics. The method employed is a literature review to identify the role of communication in strengthening reputation and building trust. The findings emphasize that effective communication is the key to maintaining a sustainable positive image and public trust.

Keywords: Public Relations, Effective Communication, Positive Image, Public Trust, Communication Strategy

PENDAHULUAN

Dalam kondisi globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang sangat cepat, maka kepercayaan dan pendirian publik menjadi tantangan besar bagi organisasi dalam membangun dan mempertahankan citra. Public Relations (PR) berperan strategis sebagai pengelola komunikasi yang mampu menjembatani kebutuhan organisasi dan harapan publik. Melalui komunikasi yang terencana dan konsisten, PR berfungsi membentuk persepsi positif yang dapat memperkuat reputasi serta meningkatkan loyalitas publik terhadap organisasi maupun merek yang diwakili.

Kesuksesan PR dalam membangun citra positif tidak dapat dipisahkan dari kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas, jujur, dan relevan kepada audiens. Fungsi komunikasi yang efektif inilah yang membantu dalam pembentukan hubungan saling menguntungkan, yang pada gilirannya menciptakan unsur kepercayaan publik sebagai salah satu bagian terpenting dari kelangsungan hidup jangka panjang suatu organisasi. Dalam konteks ini, PR tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga pengelola opini publik serta mitigasi risiko melalui manajemen krisis yang komunikatif dan responsive.

Di era digital saat ini, efektivitas PR semakin diperkuat oleh peranan media sosial dan komunikasi digital yang memungkinkan interaksi dua arah yang lebih intensif dan real time dengan publik. Media sosial membuka peluang sekaligus tantangan bagi PR dalam mengelola citra organisasi karena sifatnya yang cepat dan menyebar luas. Oleh karena itu, pendekatan strategis dalam menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan yang otentik dan transparan menjadi sangat penting untuk membangun kredibilitas organisasi dan kepercayaan publik

secara berkelanjutan. Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami secara komprehensif bagaimana PR menjalankan peran strategisnya dalam membangun citra dan kepercayaan publik melalui komunikasi yang efektif. Melalui kajian literatur, penelitian ini akan mengkaji teori dan praktik komunikasi PR yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan strategi yang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan zaman.

KAJIAN TEORI

Hubungan Masyarakat (PR), sebagai bidang studi komunikasi, didasarkan pada teori-teori yang kuat yang menjelaskan bagaimana komunikasi dapat dilakukan secara efisien untuk membangun hubungan dan membentuk citra positif suatu organisasi. Salah satu teori penting adalah teori komunikasi efektif, yang menekankan pentingnya kesesuaian makna antara pengirim dan penerima pesan, sehingga informasi tersampaikan sesuai maksudnya tanpa distorsi. Dalam PR, komunikasi efektif bukan hanya tentang penyampaian data, tetapi juga tentang bagaimana pesan tersebut dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam, pandangan positif, dan respons yang diinginkan dari audiens.

Teori Excellence, yang diperkenalkan oleh Grunig dan Hunt, merupakan salah satu model utama dalam hubungan masyarakat kontemporer. Teori ini menyatakan bahwa hubungan masyarakat yang sukses harus mengutamakan komunikasi dua arah yang seimbang, di mana interaksi antara organisasi dan publiknya dibangun di atas percakapan dan saling pengertian, sehingga membangun kepercayaan dan reputasi yang langgeng. Teori ini menekankan bahwa efektivitas hubungan masyarakat terletak pada pembentukan dan pemeliharaan hubungan yang harmonis dengan audiens utama melalui proses komunikasi yang melibatkan partisipasi aktif dan keterbukaan.

Lebih lanjut, Teori Manajemen Hubungan memainkan peran krusial dalam studi hubungan masyarakat. Teori ini menekankan peran PR dalam membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan audiens melalui pertukaran yang berkelanjutan. Hubungan ini didukung oleh komunikasi yang responsif dan fleksibel terhadap kebutuhan dan harapan audiens, yang memungkinkan PR untuk mempertahankan citra organisasi sekaligus menumbuhkan loyalitas. Dalam ranah teori komunikasi, Paul Grice menguraikan Prinsip Kooperatif, yang mencakup empat aspek kunci yang diperlukan untuk komunikasi yang efektif: kejujuran, kuantitas informasi, kesesuaian, dan metode penyampaian.

Penerapan aspek-aspek ini dalam komunikasi PR memastikan bahwa pesan tidak hanya akurat dan tepat sasaran, tetapi juga disampaikan dengan cara yang dapat diterima dan dipahami oleh audiens, sehingga mengurangi risiko miskomunikasi. Secara keseluruhan, teori-teori ini membentuk fondasi bagi PR untuk mengembangkan strategi komunikasi yang efisien guna menciptakan citra positif dan menumbuhkan kepercayaan audiens. PR perlu mengadopsi prinsip-prinsip komunikasi strategis yang selaras dengan tujuan organisasi dan harapan audiens untuk mencapai dampak komunikasi yang optimal dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan tinjauan pustaka untuk mengumpulkan dan mengkaji berbagai sumber ilmiah yang membahas peran Humas dalam membangun citra positif dan kepercayaan publik melalui komunikasi yang efektif. Metode ini dipilih karena memberikan peneliti kesempatan untuk memperdalam pemahaman mereka tentang konsep, teori, dan praktik terbaik Humas berdasarkan berbagai referensi akademis yang kredibel.

Tinjauan pustaka merupakan metode kualitatif yang berfokus pada interpretasi dan analisis kritis terhadap materi tertulis, tanpa mengumpulkan data primer di lapangan. Sumber data yang digunakan meliputi buku, jurnal, artikel akademis, dan dokumen resmi yang relevan

dengan topik penelitian. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis isi, yang mengkaji isi berbagai dokumen untuk mengidentifikasi tema dan pola penting yang mencerminkan strategi Humas dalam membangun komunikasi yang efektif dan citra organisasi.

Pendekatan ini sejalan dengan sifat penelitian eksploratif, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman konseptual dan wawasan empiris tentang pentingnya komunikasi yang efektif dalam kegiatan Humas. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis secara statistik, melainkan berfokus pada pemahaman fenomena dan pengembangan kerangka kerja konseptual yang dapat mendukung pengembangan teori dan praktik Humas di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Komunikasi Efektif dalam Public Relations. Komunikasi efektif merupakan unsur kunci yang menentukan keberhasilan setiap aktivitas Public Relations (PR). Dalam praktik PR, komunikasi bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi sarana untuk berinteraksi sekaligus membangun hubungan antara organisasi dan berbagai kelompok publiknya. Komunikasi dinilai efektif apabila pesan yang dikirimkan komunikator dapat dipahami secara sama oleh komunikan tanpa perubahan makna yang dapat menimbulkan salah tafsir. Kesamaan pemahaman ini sangat penting karena menjadi landasan terbentuknya kepercayaan dan citra positif terhadap organisasi.

Peran komunikasi efektif dalam PR juga berkaitan erat dengan fungsinya dalam menjaga dan memperkuat hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal. Melalui komunikasi yang tepat, organisasi dapat menjabarkan visi, misi, dan nilai-nilai secara jelas sehingga bukan hanya dikenal, tetapi juga mampu membangun kesan positif serta loyalitas publik yang berdampak pada dukungan jangka panjang. Selain itu, komunikasi yang baik membantu organisasi merespons kebutuhan dan ekspektasi publik dengan cepat, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan dan keterlibatan mereka.

Di samping itu, komunikasi efektif sangat berperan dalam upaya mitigasi risiko serta penanganan krisis yang dapat mengancam reputasi organisasi. Pada situasi krisis, kemampuan praktisi PR dalam menyampaikan informasi secara cepat, akurat, dan empatik dapat sangat memengaruhi persepsi publik serta mengurangi potensi kerusakan citra. Praktisi PR yang mahir berkomunikasi akan mampu menyampaikan pesan yang bukan hanya informatif, tetapi juga menenangkan dan membantu memulihkan kepercayaan publik.

Selain aspek komunikasi verbal dan nonverbal, pemahaman terhadap karakteristik audiens menjadi faktor penting dalam mewujudkan komunikasi PR yang efektif. Penyesuaian bahasa, gaya komunikasi, media yang digunakan, serta isi pesan dengan budaya, latar belakang sosial, dan preferensi publik sangat menentukan keberhasilan penyampaian pesan. Oleh karena itu, praktisi PR perlu terus mengembangkan kompetensi dan kemampuan komunikasinya agar mampu menghadapi dinamika publik yang beragam.

Secara keseluruhan, artikel “Urgensi Komunikasi Efektif dalam Public Relations” karya Julia Salsabila dan rekan-rekan menegaskan bahwa komunikasi efektif merupakan fondasi utama bagi PR dalam membangun citra positif dan kepercayaan jangka panjang antara organisasi dan publiknya. Praktisi PR dituntut memiliki keterampilan komunikasi yang kuat serta mampu menerapkan strategi komunikasi yang fleksibel dan adaptif agar tujuan tersebut dapat tercapai.

Strategi Penyampaian Pesan. Strategi penyampaian pesan dalam Public Relations merupakan tahapan penting yang sangat menentukan keberhasilan komunikasi dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks PR, penyampaian pesan bukan hanya proses menyebarkan

informasi, tetapi juga upaya untuk mempengaruhi, menggerakkan, dan membangun hubungan baik dengan publik sasaran. Salah satu langkah utama adalah menetapkan tujuan komunikasi yang spesifik dan terukur agar setiap aktivitas komunikasi memiliki arah yang jelas serta dapat dievaluasi tingkat keberhasilannya. Penetapan tujuan tersebut umumnya menggunakan prinsip SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) sehingga pelaksanaan strategi PR menjadi lebih fokus dan efektif.

Setelah tujuan disusun, identifikasi dan segmentasi publik menjadi proses berikutnya yang sangat vital. Publik terdiri dari kelompok yang berbeda-beda, masing-masing memiliki karakteristik, kepentingan, dan preferensi tersendiri. Karena itu, strategi komunikasi harus disesuaikan dengan kebutuhan tiap segmen agar pesan dapat diterima secara maksimal. Sebagai contoh, media sosial lebih tepat digunakan untuk menjangkau kelompok muda yang aktif di ranah digital, sedangkan media massa tradisional dapat lebih efektif untuk audiens yang lebih luas dan beragam.

Pemilihan kanal komunikasi yang sesuai juga menjadi elemen fundamental dalam strategi penyampaian pesan. Praktisi PR perlu memastikan bahwa media yang digunakan adalah saluran paling efektif untuk berkomunikasi dengan audiens sasaran. Platform digital seperti Instagram, Facebook, dan Twitter kini menjadi pilihan utama karena memungkinkan komunikasi dua arah yang cepat dan interaktif. Namun demikian, media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar tetap berperan penting dalam memperkuat kredibilitas dan menjangkau publik yang kurang aktif di media digital.

Penyusunan isi pesan pun harus dilakukan secara hati-hati dengan mengedepankan kejelasan, kesederhanaan, dan relevansi. Pesan yang rumit atau ambigu dapat menyebabkan misinterpretasi. Selain itu, pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran harus konsisten agar membangun identitas komunikasi yang kuat dan mudah dikenali. Konsistensi ini penting untuk menghindari pesan yang saling bertentangan dan membantu memperkuat citra organisasi.

Teknik storytelling juga dapat digunakan dalam strategi penyampaian pesan guna menciptakan pesan yang lebih menarik dan berkesan. Pendekatan naratif membantu membangun ikatan emosional antara organisasi dan publik sehingga pesan menjadi lebih mudah dipahami dan diingat. Selain itu, keberhasilan penyampaian pesan dipengaruhi oleh adanya komunikasi dua arah antara organisasi dan publik. PR harus menyediakan ruang dialog agar publik dapat memberikan opini dan masukan sebagai bentuk umpan balik. Dengan demikian, komunikasi tidak bersifat satu arah, tetapi menjadi interaksi yang lebih dinamis dan membantu mempererat hubungan dengan publik.

Secara keseluruhan, strategi penyampaian pesan dalam PR harus disusun secara terencana, fleksibel, dan berorientasi pada kebutuhan audiens untuk menghasilkan dampak yang optimal. Dengan menggabungkan tujuan yang jelas, segmentasi publik yang tepat, pemilihan saluran komunikasi yang efektif, konsistensi pesan, serta interaksi dua arah, PR dapat menjalankan perannya secara maksimal dalam membangun citra positif dan memperkuat kepercayaan publik terhadap organisasi.

Evaluasi dan Pengukuran Efektivitas Komunikasi. Evaluasi komunikasi merupakan tahap penting yang menentukan berhasil atau tidaknya strategi Public Relations dalam membangun citra positif serta kepercayaan publik. Melalui proses evaluasi, organisasi dapat mengetahui sejauh mana pesan PR dipahami, diterima, dan ditindaklanjuti oleh publik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi tidak boleh dilakukan secara parsial, tetapi harus mencakup aspek kuantitatif dan kualitatif agar menghasilkan gambaran yang lebih menyeluruh. Metode evaluasi kuantitatif yang umum digunakan meliputi survei dan kuesioner untuk menilai tingkat pemahaman, kesadaran, maupun perubahan sikap publik terhadap pesan atau kampanye PR. Data kuantitatif ini sangat bermanfaat untuk melihat dampak pesan pada hal-hal terukur seperti

tingkat partisipasi publik, kenaikan jumlah pembeli, atau peningkatan interaksi di media sosial.

Di sisi lain, evaluasi kualitatif diperlukan untuk menggali lebih dalam mengenai persepsi, motivasi, dan alasan yang mendasari reaksi publik. Wawancara mendalam dan focus group discussion dapat memberikan wawasan yang lebih detail dan kontekstual mengenai bagaimana pesan dipahami oleh audiens. Selain itu, analisis media juga menjadi alat penting dalam proses evaluasi komunikasi PR. Melalui pemantauan media, organisasi dapat melihat bagaimana pesan diberitakan, bagaimana publik menanggapinya, serta sentimen atau opini yang muncul di masyarakat. Monitoring media sosial pun memberikan data langsung tentang percakapan, komentar, dan reaksi publik terhadap pesan PR. Dengan hadirnya big data dan teknologi analitik modern, proses pengukuran efektivitas komunikasi kini dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat.

Evaluasi komunikasi yang dilakukan secara tepat akan membantu organisasi menyesuaikan strategi komunikasi secara responsif dan tepat arah. Hasil evaluasi yang baik dapat meningkatkan ketahanan organisasi dalam menghadapi berbagai tantangan komunikasi sekaligus menjaga kepercayaan publik dalam jangka panjang. Dalam situasi krisis, evaluasi menjadi sangat penting untuk mengukur respon publik dan menilai sejauh mana pesan pemulihan yang disampaikan PR berhasil meredakan kekhawatiran atau memperbaiki reputasi.

Praktisi PR juga dianjurkan menyusun laporan evaluasi secara berkala sebagai bahan rujukan dalam menyusun strategi komunikasi selanjutnya. Melalui pemantauan dan evaluasi yang terstruktur, kegiatan PR dapat menjadi lebih adaptif terhadap perubahan kondisi publik maupun lingkungan, sehingga tujuan dalam membangun citra positif dan memperkuat kepercayaan publik dapat dicapai secara optimal.

Peranan Komunikasi dalam Membangun Kepercayaan Publik. Kepercayaan publik merupakan fondasi utama bagi keberhasilan organisasi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat dan para pemangku kepentingan. Dalam ranah Public Relations (PR), kepercayaan tidak tercipta secara cepat, melainkan dibentuk melalui proses komunikasi yang konsisten, terbuka, dan responsif. Komunikasi yang dilakukan dengan kejujuran dan transparansi menjadi syarat penting agar publik merasa yakin terhadap integritas organisasi.

Public Relations memegang peran sentral dalam menciptakan komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya dialog antara organisasi dan publiknya. Komunikasi dua arah ini tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mendengarkan aspirasi, kritik, serta masukan dari publik. Dengan memahami kebutuhan dan harapan publik melalui umpan balik tersebut, organisasi dapat menyempurnakan layanan, produk, maupun kebijakannya sehingga hubungan yang terbangun menjadi lebih kuat dan saling menguntungkan.

Responsivitas juga menjadi aspek komunikasi yang sangat berpengaruh dalam membangun kepercayaan. Hal ini berkaitan dengan kecepatan dan ketepatan organisasi dalam merespons isu, pertanyaan, atau keluhan publik. Organisasi yang memberikan tanggapan dengan cepat dan akurat akan dinilai lebih kredibel dan mendapatkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Sebaliknya, keterlambatan dalam merespons dapat menimbulkan ketidakpuasan publik dan memunculkan keraguan terhadap kinerja organisasi.

Nilai transparansi turut berperan penting dalam menciptakan kepercayaan publik. Organisasi yang secara terbuka menyampaikan informasi, menjelaskan alasan di balik kebijakan tertentu, serta berani mengakui kesalahan akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan masyarakat. Transparansi mencakup penyampaian data yang akurat, jelas, dan tidak menyesatkan, serta pelaporan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Keberlanjutan komunikasi juga perlu dijaga dengan memanfaatkan berbagai saluran yang mudah diakses publik, seperti media sosial, situs web resmi, surat kabar, dan kegiatan komunitas. Konsistensi komunikasi melalui berbagai kanal ini membantu menciptakan

kedekatan dan rasa familiar publik terhadap organisasi, yang pada akhirnya memperkuat rasa percaya.

Selain itu, etika komunikasi menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan. Penggunaan bahasa yang sopan, empatik, dan menghargai publik tidak hanya meningkatkan citra organisasi, tetapi juga memastikan bahwa komunikasi berlangsung secara bertanggung jawab. Etika ini menjadi dasar moral dalam praktik PR agar tidak hanya efektif, tetapi juga membawa dampak positif bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, komunikasi yang dijalankan dengan prinsip keterbukaan, ketepatan, konsistensi, dan etika merupakan kunci dalam membangun kepercayaan publik yang menjadi modal utama bagi keberlangsungan dan kemajuan organisasi. Dengan demikian, peran strategis PR tidak dapat dipisahkan dari usaha menjaga dan memperkuat kepercayaan melalui komunikasi yang baik dan berkelanjutan.

PENUTUP

Hubungan Masyarakat memainkan peran penting dalam membangun citra positif dan memperkuat kepercayaan publik melalui praktik komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif bukan hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga melibatkan kemampuan untuk menyusun pesan yang jelas, konsisten, dan relevan yang dapat dipahami oleh berbagai kelompok audiens. Keberhasilan komunikasi PR sangat dipengaruhi oleh kemampuan praktisi untuk menyesuaikan media, gaya bahasa, dan strategi penyampaian dengan karakteristik audiens dan keadaan yang ada.

Dalam praktiknya, strategi komunikasi PR perlu berfokus pada pemilihan saluran komunikasi yang tepat, menyusun pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan publik, dan memanfaatkan teknik seperti penceritaan untuk meningkatkan perhatian dan partisipasi audiens. Proses pengumpulan dan evaluasi data memainkan peran penting dalam mengukur efektivitas komunikasi dan melakukan perbaikan berkelanjutan. Lebih lanjut, komunikasi dua arah yang terbuka dan responsif merupakan fondasi untuk membangun hubungan yang harmonis dan meningkatkan kepercayaan publik.

Kepercayaan publik, yang dibangun melalui komunikasi yang transparan dan etis, merupakan aset kunci dalam menjaga keberlanjutan dan reputasi organisasi. Humas berkewajiban memastikan bahwa setiap proses komunikasi dijalankan dengan integritas, sehingga membina hubungan jangka panjang dengan publik. Oleh karena itu, peran profesional dan strategis Humas sangat krusial dalam mendukung pencapaian visi dan tujuan organisasi secara berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- "Peran Public Relations dalam Menghadapi Krisis Komunikasi." Jurnal Ilmu Komunikasi, FISIP UNISRI, 2025.
- Darmajaya, Repo. "Instrumen Pengumpulan Data." repo.darmajaya.ac.id, 2023.
- Glints.com. "Strategi Public Relations: Elemen dan 4 Tips Menyusunnya." 10 Juni 2025.
- Grice, Paul. "Logic and Conversation." Dalam Syntax and Semantics, Vol. 3: Speech Acts, 41-58. Academic Press, 1975.
- Grunig, James E., dan Todd Hunt. Managing Public Relations. Holt, Rinehart and Winston, 1984.
- Hon, Linda, dan James Grunig. Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations. 1999.
- Jurnal Common. "Etika dan Komunikasi Public Relations." 2024.
- Kompasiana.com. "Peran Komunikasi dalam Bidang Hubungan Masyarakat." 25 Juli 2022.

- Makalah Manajemen Krisis Public Relation. id.scribd.com, 6 November 2025.
- Moore, Frazier H. Hubungan Masyarakat: Prinsip, Kasus, dan Masalah. Edisi ke-3. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018.
- Ni'matul Huda. Perkembangan Hukum Tata Negara: Perdebatan dan Gagasan Penyempurnaan. Yogyakarta: UII Press, 2014.
- Panduan Strategi Public Relations yang Efektif bagi Pemula. dibimbing.id, 28 Agustus 2025.
- RadVoice.id. "5 Langkah Menangani Krisis Public Relations." 27 Agustus 2025.
- Roberts, David. "Managing Records in Special Formats." Dalam Judith Ellis (ed.), Keeping Archives. Victoria: D.W. Thorpe, 1993.
- S., Arti. "Strategi Komunikasi Public Relations." media.neliti.com, 2023.
- Salsabila, Julia, dkk. "Urgensi Komunikasi Efektif dalam Public Relations." Common: Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Unikom 7, no. 2 (Desember 2023): 189-190. <https://doi.org/10.34010/common.v7i2.11492>.