

**PERAN DAN FUNGSI *PUBLIC RELATION* DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PORTAL BERITA *ONLINE* ANTARANEWS.COM (Studi Kasus LKBN ANTARA Biro Lampung)**

**Dede Mercy Rolando<sup>1</sup>, Tri Adellia<sup>2</sup>, Nuril Maulana Alifia Aziz<sup>3</sup>, Galuh Dwi Kartika Wicaksono<sup>4</sup>**

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

<sup>1</sup>dedemercyrolando@gmail.com, <sup>2</sup>triadellia10@gmail.com,

<sup>3</sup>nurilmaulana67@gmail.com, <sup>4</sup>galuhdwi1305@gmail.com



---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran dan fungsi *Publik Relation* di LKBN ANTARA Biro Lampung dalam mempertahankan citra positif dimata publik. Guna mengkaji penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Adapun subjek penelitian ini ialah praktisi *Public Relation* di dalam LKBN Anantara biro Lampung. Penelitian ini melihat dampak kemajuan teknologi telah mendisrupsi media massa konvensional, sehingga saluran berita kini terkonvergensi dalam kanal-kanal *online*. Namun karena kemudahan yang ditawarkan oleh media online, membuat informasi yang disampaikan tidak dapat difilter dengan baik. Banyaknya informasi yang bersifat *anonymous*, mengakibatkan banyak terbesarnya berita hoax di media *online*. Hal ini membuat menurunnya kredibilitas sebuah portal berita online dimata publik. Bahkan sebagian masyarakat meragukan keakuratan berita yang tersedia di kanal-kanal online. *Public Relation* di LKBN ANTARA Biro Lampung berperan sebagai *Communication Technician*, *Communication Failitator* dan *Problem Solving Facilitator*. Dan *Public Relation* disini juga bertindak sebagai fungsi manajemen dan fungsi komunikasi.

**Kata Kunci:** *Public Relation, Antaranews.com, Citra Positif, Peran dan Kedudukan*

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine how the role and function of Public Relation in LKBN ANTARA Bureau Lampung in maintaining a positive image in the eyes of the public. In order to examine this research, the author uses descriptive qualitative research methods with data collection in the form of interviews, documentation and literature. The subject of this research is Public Relation practitioners in LKBN Anantara Lampung bureau. This study looks at the impact of technological advances that have disrupted conventional mass media, so that news channels are now converged into online channels. However, due to the convenience offered by online media, the information submitted cannot be filtered properly. The amount of information that is anonymous has resulted in the largest number of hoax news in online media. This reduces the credibility of an online news portal in the eyes of the public. Even some people doubt the accuracy of the news available on online channels. Public Relation at LKBN ANTARA Bureau Lampung acts as a Communication Technician, Communication Facilitator and ProblemSolving Facilitator. And Public Relation here also acts as a management function and communication function.*

**Keywords:** *Public Relation, Anataranews.com, Positive Image, Role and Function*

## A. PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi dalam perusahaan pers telah mendisrupsi media massa konvensional. Dimana seluruh saluran-saluran berita, kini terkongkresi dalam kanal-kanal online. Sebagai konsekuensi, ketika ingin mempertahankan eksistensinya sebagai pelayan informasi publik, media massa harus mengubahnya ke dalam format digital (AR, 2018).

Selain interaktivitas yang ditawarkan oleh media pemberitaan baru, karakteristik yang tidak kalah penting yaitu digitalisasi (Nasrullah, 2013). Tidak dapat dipungkiri, bahwa media penyiaran dengan *platform* digital memiliki banyak kelebihan dibandingkan media analog atau konvensional. Selain membuka jalur komunikasi dua arah, media baru era informasi juga memiliki performa kualitas tayangan serta sebaran yang lebih luas. Karakter terakhir yang diusung adalah *Audience Generated*, bahwa media baru memungkinkan khalayak mendistribusikan konten yang mereka himpun sendiri (Bagdikian, 2004; Straubhaar & LaRose, 2006).

Namun karena kemudahan yang ditawarkan oleh media online dalam penyampaian informasi kepada publik, membuat informasi yang disampaikan tidak dapat difilter dengan baik (Fakhrurroji, 2017; Nasrullah, 2013). Banyaknya informasi yang bersifat *anonymous*, mengakibatkan banyak terbesarnya berita hoax di media online. Hoax dapat diartikan sebagai informasi atau berita yang berisi hal-hal yang belum pasti atau benar-benar bukan merupakan fakta yang terjadi.

Menjamurnya berita hoax yang beredar, membuat menurunnya kredibilitas sebuah portal berita online dimata publik. Bahkan sebagian masyarakat meragukan keakuratan berita yang tersedia di kanal-kanal online. Oleh karena itu, tentu ini menjadi tantangan bagi seorang *Public Relation* dalam sebuah portal berita online, untuk meyakinkan pembaca tentang keakuratan berita-berita yang disampaikan melalui situs online miliknya. Berangkat dari permasalahan tersebut, sehingga membuat penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang bagaimana peran dan fungsi *Public Relation* di LKBN ANTARA Biro Lampung dalam mempertahankan citra positifnya dikalangan para pembaca. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana praktisi *public relation* dalam mempertahankan citra positif pada portal berita online antaranews.com.

## B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informasi, serta dilakukan dalam latar belakang atau setting yang alamiah (Bungin, 2007; Creswell, 2010; J. Moleong, 1989). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi dan kepustakaan.

Wawancara adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan memberikan

pertanyaan yang dilakukan secara verbal kepada orang-orang yang dianggap dapat memberikan informasi atau penjelasan yang diperlukan (N. K. & Y. S. L. Denzin, 2009). Penulis menggunakan teknik wawancara baku terbuka, wawancara ini dilaksanakan dengan menggunakan seperangkat pertanyaan baku. Karena pertimbangan situasi dan waktu, pelaksanaan wawancara dilakukan melalui media komunikasi whatsapp. Penulis mengirimkan daftar pertanyaan kepada LKBN Biro Lampung, melalui perwakilan *Public Relation* yang menjabat sebagai divisi Iklan/Pemasaran portal sekaligus reporter. Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpul data yang digunakan dalam metodologi penelitian social (Bungin, 2013). Jenis dokumen yang peneliti gunakan ialah dokumentasi sumber *ekstern* yang masuk kedalam dokumen resmi sebagai bahan untuk menelaah objek penelitian (Bungin, 2007; N. K. Denzin & Yvonna S, 2009). Data dokumentasi yang penulis gunakan dalam hal ini ialah berupa data struktur organisasi miliknya LKBN ANTARA dan data kepustakaan berupa jurnal-jurnal ilmiah pendukung penelitian ini.

Analisis data yang penulis gunakan ialah model interaktif dari Miles & Huberman dimana terdapat tiga sub proses yang saling berkaitan yaitu tahap pengumpulan data, persisnya pada saat menentukan rancangan dan perencanaan penelitian, sewaktu proses pengumpulan data dan analisis awal, serta setelah tahap pengumpulan data akhir (N. K. Denzin & Yvonna S, 2009). Guna memperkuat data yang telah penulis dapatkan, penulis melakukan pemeriksaan terhadap keabsahan data yang juga merupakan dasar penyanggah pada penelitian kualitatif (J. Moleong, 1989). Keabsahan data ini dilakukan untuk membuktikan penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah. Uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi uji *credibility, transferability, dependability dan confirmability* (Sugiyono, 2017).

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ruang Lingkup Kedudukan Antaranews.com Sebagai Portal Resmi Berita
  - a. Sejarah Terbentuknya antaranews.com

Seiring berjalannya waktu, Antara menerbitkan [www.antaranews.com](http://www.antaranews.com) sebagai portal resmi yang juga bergerak untuk menyajikan berita. Antaranews.com merupakan perubahan dari [antaranews.co.id](http://antaranews.co.id) sejak bulan Juni 2009. Dari segi isi, situsnya lebih serius dibandingkan [antara.co.id](http://antara.co.id), namun ada beberapa isi yang belum ada di [antaranews.com](http://antaranews.com). Ketika itu beritanya lebih pendek, tidak semua berita masuk, dan jumlahnya sedikit. Berita hanya bisa di akses sampai di lead saja, karena berikut pengakses harus membayar. Kemudian pada tahun 2005, mulai ada sedikit perubahan dipemberitaan, artinya berita semakin banyak dikeluarkan. Kemudian pada tahun 2008 mulai dipermanis dengan keberadaan foto-foto diberita hingga sekarang.

Diterbitkannya [antaranews.com](http://antaranews.com) tidak terlepas dari keberadaan Antara sebagai kantor berita. Awalnya, berita yang disajikan memang berasal dari cetak, namun seiring berjalannya waktu terjadi perubahan, berita tidak semua berasal dari cetak. Hal tersebut karena adanya kebijakan yang berbeda diantara

keduanya. Antara redaksi cetak dan redaksi online (web), berbeda manajemen, dengan sistem pemberitaan yang tentu saja terdapat perbedaan didalamnya. Bisa dikatakan bahwa berita yang ada dicetak tidak semuanya sama atau dimasukkan ke dalam portal [www.antaranews.com](http://www.antaranews.com). Karena setiap hari, redaksi cetak dan online memiliki tim lapangan masing-masing untuk mencari berita.

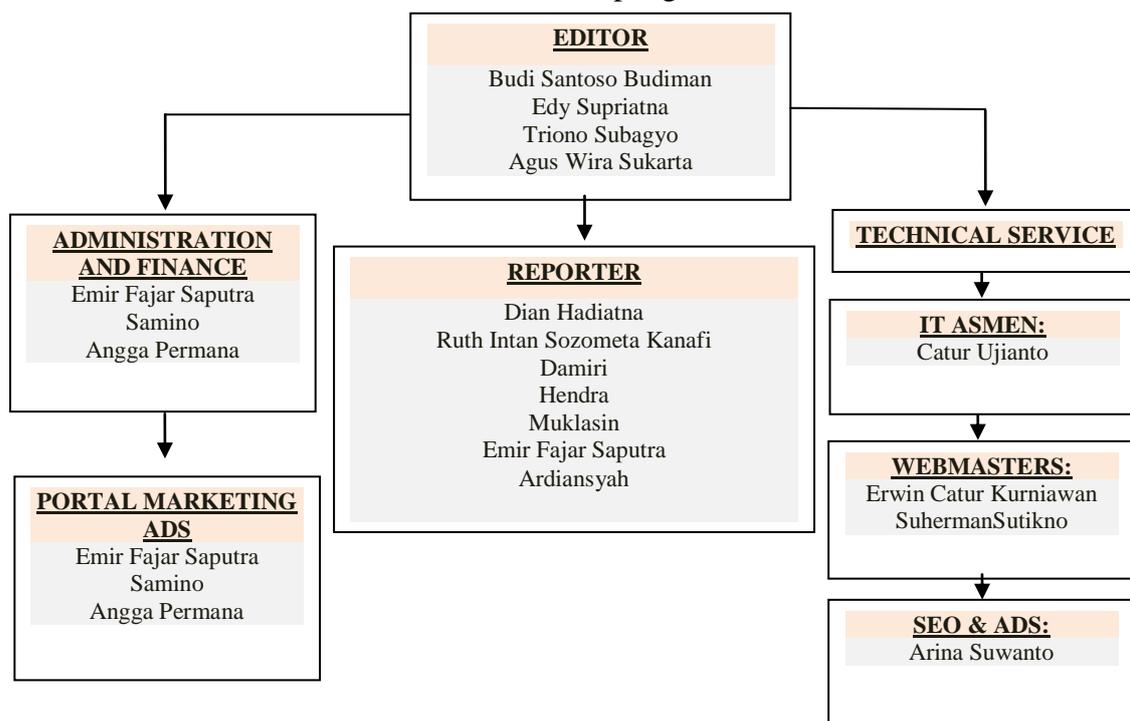
b. Visi Misi LKBN ANTARA

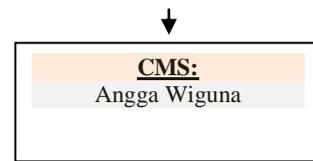
Visi dan misi bagi sebuah organisasi merupakan arah dan tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi tersebut. Visi dan misi merupakan gambaran tentang program yang akan dilaksanakan oleh suatu organisasi sehingga suatu organisasi akan lebih mudah dalam menentukan program kerja sesuai dengan tujuan organisasi tersebut. Visi Kantor Berita Antara adalah, menjadi kantor berita berkelas dunia melalui penyediaan jasa berbagai produk multimedia, untuk mewujudkan masyarakat berbasis pengetahuan, yang didukung oleh tata usaha perusahaan yang baik dan berstandar internasional.

Sedangkan Misi perusahaan, merupakan sesuatu yang harus sejalan dengan Visi yang ada, Visi LKBN ANTARA yaitu:

- 1) Memperkuat marwah LKBN ANTARA sebagai sebuah kantor berita serta perusahaan multimedia yang modern.
- 2) Mengembangkan jurnalisme Indonesia yang mendidik, mencerahkan, dan memberdayakan dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- 3) Menyediakan produk serta jasa informasi dan komunikasi yang akurat, terpercaya serta menguntungkan di bidang multimedia.
- 4) Mengembangkan perusahaan yang modern dan berkesinambungan sehingga dapat memberikan kesejahteraan kepada para stakeholder-nya.

c. Tim Redaksi LKBN ANTARA Biro Lampung





Gambar 1. Struktur Organisasi LKBN ANTARA biro Lampung

## 2. Kedudukan Aktivitas Praktisi *Public Relation* LKBN ANTARA Biro Lampung

Berikut ini adalah beberapa aktivitas *Public Relation* yang ada di LKBN ANTARANEWS Biro Lampung, diantaranya:

Tabel 1. Jenis Aktivitas Praktisi *Public Relation* Antaranews.com

No	Jenis Aktivitas
1.	Menerima informasi dari kantor pusat ANTARANEWS Jakarta untuk diinformasikan kepada publik internal ANTARANEWS Biro Lampung
2.	Mengelola berbagai teknologi komunikasi terkini, seperti VSAT dan DVB, serta berbagai teknologi berbasis Internet, seperti situs web, email, dan ftp (file transfer protocol), yang digunakan untuk mempublikasikan konten multimedia.
3.	Membuat inovasi dan kreasi dalam bidang layanan web dan produk berbasis internet
4.	Memproduksi konten multimedia sehingga bisa didistribusikan kepada publik secara luas dengan media internet, baik itu artikel, news realese, maupun dokumentasi hasil kegiatan.
5.	Melakukan koordinasi dengan divisi dan departemen di Direktorat Pemberitaan, khususnya untuk merencanakan, membuat dan menyiarkan berita dan informasi, sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan Direktur Pemberitaanya.
6.	Menjamin kuantitas dan kualitas layanan berita yang diproduksi, agar sesuai dengan standar pembuatan dan pelayanan berita yang telah ditetapkan.
7.	Mewakili LKBN ANTARA dalam setiap pertemuan dengan pihak internal
8.	Mengadakan rapat redaksi rutin untuk membahas rencana berita yang akan diliput.
9.	Menyediakan layanan ralat, koreksi, dan hak jawab untuk pembaca.

Berdasarkan tabel 1 di atas dari gambaran aktivitas *Public Relation* yang ada di LKBN ANTARA biro Lampung, dapat disimpulkan bahwa *Public Relation* disini memiliki dua peran utama. *Public Relation* di LKBN ANTARA Biro Lampung mempunyai peran manajerial sebagai praktisi yang berfungsi melaksanakan perencanaan terkait penentuan konten media yang akan dipublikasi secara luas kepada publik melalui media internet. Sedangkan secara teknis *Public Relation* memiliki peran untuk memproduksi konten media yang akan disitribusikan kepada publik, yaitu seperti menulis artikel, news realese, maupun

dokumentasi hasil kegiatan dalam bentuk video atau foto (Primarni, 2015).

Secara struktural, LKBN ANTARA Biro Lampung memang tidak menempatkan *Public Relation* dalam divisi khusus Humas/PR. Melainkan dalam pelaksanaannya, *Public Relation* berada dibagian umum yang sekaligus dijabat oleh kepala biro LKBN ANTARA Lampung. Hal ini dikarenakan selaku pimpinan yang membawahi beberapa tim redaksi memiliki peran sebagai *Public Relation* itu sendiri. Disamping menjalankan tugas pokok sesuai jobdesknya, pimpinan dan seluruh tim redaksi juga mempunyai tugas utama yaitu mempertahankan citra positif LKBN ANTARANEWS Biro Lampung dimata publik.

### 3. Analisis Peran dan Fungsi dari *Public Relation* Dalam Mempertahankan Citra Positif Portal Berita Antaranews.com Biro Lampung

Public relation merupakan perantara antara pimpinan organisasi dengan publik-publiknya. Baik dalam upaya membina hubungan baik atau menumbuhkan citra positif dengan masyarakat internal maupun external (F. Rachmad, 2000; Nova, 2009; Patricia J, 2006; Rosady Ruslan, 2003). Peran public relation pada umumnya diyakini sebagai fasilitator, teknisi komunikasi, problem solving hingga sebagai manajemen organisasi. Penelitian lain (Rahmawati, 2014) menyebutkan bahwa sejatinya peran serta kedudukan public relation ialah kegiatan komunikasi guna menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama. Peran public relation dalam portal Antaranew.com sejatinya selaras dengan peran public relation yang diusung oleh Dozier & Broom dalam bukunya (Rosady Ruslan, 2003) diantaranya sebagai *communications fasilitator*, *problem solving process fasilitator*, *communication technician* dan *expert preciber*.

Praktisi *Public Relation* memiliki peran yang sangat vital di portal ANTARA, diantaranya: Peran utama *Public Relation* disini adalah sebagai *Communication Technician* (Teknisi Komunikasi). Sebagaimana hal ini sejalan dengan kegiatan utama perusahaan pers tersebut, yaitu melakukan segala bentuk kegiatan jurnalistik. Dalam hal ini, Praktisi *Public Relation* juga bertindak sebagai *Journalist in resident* yang menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication*. Peran *Public Relation* LKBN ANTARA sebagai teknisi komunikasi diantaranya yaitu mengelola berbagai teknologi komunikasi terkini berbasis internet, seperti mengembangkan situs web yang digunakan untuk mempublikasikan setiap konten multimedia. Kemudian juga memanfaatkan seluruh teknologi tersebut untuk memberikan informasi tentang segala bentuk kegiatan LKBN ANTARA kepada masyarakat, hingga menyebarluaskan informasi tersebut ke seluruh penjuru Indonesia dan belahan dunia. Kegiatan lainnya seperti menulis artikel, news realese, maupun dokumentasi hasil kegiatan dalam bentuk video atau foto. Hal ini dilakukan sebagai strategi *Public Relation* dalam meningkatkan kredibilitas LKBN ANTARANEWS.

*Public Relation* di LKBN ANTARA juga memiliki peran sebagai *Communication Facilitator* (Fasilitator Komunikasi), praktisi *Public Relation* disini

bertindak sebagai mediator atau komunikator yang membuat adanya komunikasi timbal balik antara Media ANTARA dengan publiknya. Diantara bentuk kegiatan *Public Relation* yang berkaitan dengan peran ini yaitu Praktisi *Public Relation* menjadi pusat informasi bagi pihak internal. *Public Reations* selalu berusaha agar setiap tim redaksi media ANTARA selalu menerima informasi terbaru, baik informasi yang berasal dari Kantor Pusat maupun informasi yang berasal dari publik eksternal. *Public Relation* juga menjadi fasilitator komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat. Dalam pelaksanaannya, peran *Public Relation* disini yaitu dengan menyediakan layanan ralat, koreksi, dan hak jawab. Layanan ini disediakan untuk mengetahui dan membantu pembaca apabila memiliki tanggapan, koreksi terhadap konten media yang disediakan oleh LKBN ANTARANEWS. Peran ini sangat penting karena sejatinya para praktisi public relation dituntut untuk menjadi mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar aoa yang diinginkan ataupun diharapkan oleh publiknya (Anggraini & Setyanto, 2019).

Selain *kedua* peran diatas *Public Relation* di LKBN ANTARA juga berperan sebagai Fasilitator Pemecah Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*) sekaligus Penasehat ahli (*Expert Presciber*) (Sarinah, 2017). Apabila terdapat permasalahan di LKBN ANTARANEWS, *Public Relation* bertindak sebagai penengah. Misalnya terjadi permasalahan tentang adanya konten pemberitaan, terdapat informasi yang kurang tepat sehingga pihak yang bersangkutan merasa keberatan dengan hal tersebut (Nova, 2009). Disinilah peran *Public Relation* sebagai penengah antara pihak LKBN ANTARA dengan pembaca. *Public Relation* bertindak mencari solusi awal dengan memberikan layanan ralat, koreksi, dan hak jawab untuk mengetahui apa tanggapan dan koreksi dari pihak yang bersangkutan (Respati, 2014). Sehingga nanti informasi tersebut disampaikan kepada pihak LKBN ANTARA, agar mengkaji kembali konten pemberitaan yang dimaksud. Jika memang terdapat kesalahan pihak LKBN ANTARA akan kembali meralat dan mengoreksi konten pemberitaan yang sudah dipublikasikan.

Sehingga *dalam* hal ini sejatinya *Public Relation* merangkap sebagai fungsi manajemen berkaitan dengan bagaimana sebuah organisasi menyusun kebijakan sehingga memperlihatkan sebuah kinerja yang bertanggungjawab. Ini berkaitan dengan kenyataan bahwa penampilan yang bertanggungjawab merupakan dasar penerimaan publik terhadap sebuah organisasi. Praktisi *Public Relation* di LKBN ANTARA Biro Lampung dalam konteks *Public Relation* sebagai fungsi manajemen, dalam praktiknya yaitu membantu pihak organisasi ketika menghadapi permasalahan dengan menjadi penengah antara organisasi dan publiknya, untuk kemudian mencari solusi dari permasalahan tersebut sebagai bentuk tanggungjawab.

Perlu *dipahami* bahwa kegiatan utama *Public Relation* adalah melakukan komunikasi. *Public Relation* sebagai fungsi komunikasi di LKBN ANTARANEWS Lampung menjadi staff khusus yang melayani para pemimpin organisasi, khususnya dalam membantu organisasi berkomunikasi dengan publik-publiknya.

Penelitian ini didukung oleh penelitian (Ishak, 2012) yang mengatakan bahwa kegiatan komunikasi yang bersifat strategis tentunya perlu dijalankan oleh praktisi *public relation* guna organisasi dapat berjalan dengan baik. Dalam praktiknya *Public Relation* disini mengelola dan menyediakan berbagai layanan komunikasi berbasis internet seperti web, email, dan media lain. Sehingga, sangatlah jelas bahwa *Public Relation* bukan sekedar fungsi teknis tetapi merupakan fungsi manajerial yang bertanggungjawab atas terselenggaranya hubungan yang signifikan antara organisasi dengan publik (stakeholder). *Public Relation* adalah sebuah fungsi strategi di tingkat korporasi. *Public Relation* adalah jembatan, pembangun dan pemelihara hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya, sehingga diharapkan dapat menguatkan dan terbentuk citra positif dari organisasi tersebut.

#### **D. SIMPULAN**

Dampak kemajuan teknologi telah mendisrupsi media massa konvensional, sehingga saluran berita kini terkonvergensi dalam kanal-kanal online. Namun karena kemudahan yang ditawarkan oleh media online, membuat informasi yang disampaikan tidak dapat difilter dengan baik. Banyaknya informasi yang bersifat *anonymous*, mengakibatkan banyak terbesarnya berita hoax di media online. Hal ini membuat menurunnya kredibilitas sebuah portal berita online dimata publik. Bahkan sebagian masyarakat meragukan keakuratan berita yang tersedia di kanal-kanal online. Penulis melakukan analisa kualitatif dengan mengumpulkan data sekunder melalui teknik wawancara baku terbuka. Untuk mengetahui bagaimana peran dan fungsi *Publik Relations* di LKBN ANTARA Biro Lampung dalam mempertahankan citra positif dimata publik. Hasilnya, *Public Relation* di LKBN ANTARA Biro Lampung berperan sebagai *Communication Technician, Communication Facilitator dan Problem Solving Facilitator*. Dan *Public Relation* disini juga bertindak sebagai fungsi manajemen dan fungsi komunikasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peranan Public Relations dalam Memperkuat Eksistensi Ramayana. *Jurnal Prologia*, 3(2).
- AR, M. F. (2018). *Sejarah Media: Transformasi, Pemanfaatan, Dan Tantangan*. UB Press.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The New Media Monopoly: A Completely Revised and Updated Edition With Seven New Chapters* (20th ed). Beacon Press.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Edisi Ke-2). Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2013). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Cet-6). Kencana Prenada Media Group.

- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K. & Y. S. L. (2009). *Handbook of Qualitative Research* (Terj. Dariyatno (ed.)). Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K., & Yvonna S, L. (2009). *Handbook Of Qualitative Research (Terjemahan Dariyatno)*. Pustaka Pelajar.
- F. Rachmad. (2000). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ishak, A. (2012). Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Komunikasi*, 1(4), 373–380.
- J. Moleong, L. (1989). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2013). *Cybermedia*. IDEA Press.
- Nova, F. (2009). *CRISIS PUBLIC RELATIONS: Bagaimana Public Relations Menangani Krisis Perusahaan*. Grasindo.
- Patricia J. (2006). *Etika Public Relations: Panduan Praktik Terbaik (Terj)*. Esensi Erlangga Group.
- Primarni, A. (2015). Reposisi Peran dan Fungsi Strategis Public Relations Dalam Organisasi Pendidikan. *Jurnal Lentera Komunikasi*, 1(1).
- Rahmawati, Y. (2014). MENEJEMEN PUBLIC RELATIONS SEBAGAI ALAT ETIKA KOMUNIKASI DALAM BISNIS ISLAM. *Salam: Jurnal Filsafat Dan Budaya Hukum*, 2(1).
- Respati, W. (2014). Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di Indonesia. *Jurnal Humaniora*, 5(1).
- Rosady Ruslan. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarinah, M. (2017). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Straubhaar, J., & LaRose, R. (2006). *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. Thomson Wadsworth.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet ke-26). Alfabeta.