

DIMAS PRASETYA, M.A.

DIMAS PRASETYA, M.A.

PENGANTAR DIGITAL PUBLIC RELATIONS: TRANSFORMASI KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

PENGANTAR DIGITAL PUBLIC RELATIONS: TRANSFORMASI KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL



Penerbit:



Muntaha Noor Institute
2023

2023

PENGANTAR
DIGITAL PUBLIC RELATIONS
TRANSFORMASI KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

Dimas Prasetya, M.A.

Penerbit:
Muntaha Noor Institute
2023

Pengantar Digital Public Relations: Transformasi Komunikasi di Era Digital

Penulis: Dimas Prasetya, M.A.

Editor: Ryan Marina

Tata letak: Muhamad Rifa'i Subhi

Desain Sampul: Ahmad Furqon

Penerbit:

Muntaha Noor Institute

Nomor Anggota IKAPI: 242/Anggota Luar BiasaJTE/2022

Jl. Jend. Sudirman Timur No. 116 Wanarejan Utara Taman Pemalang

Cetakan I, Juli 2023.

Pemalang, Muntaha Noor Institute, 2023.

vi + 64 halaman; 15,5 x 23 cm

ISBN: **978-623-88736-4-7**

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Dicetak oleh: **Percetakan Nusantara.**

PRAKATA

Assalamualaikum Wr, Wb,

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas lahirnya buku pertama saya yang berjudul “Pengantar Digital Public Relations: Transformasi Komunikasi di Era Digital”. Buku ini merupakan buku referensi pertama saya saya tulis dengan harapan dapat memberikan gambaran kepada para pembaca tentang dasar *digital public relations* yang terdiri dari tiga pertanyaan sederhana, apa itu *digital public relations*, mengapa kehadirannya penting, dan bagaimana strategi dan penerapan *digital public relations*. Atas hadirnya buku ini, saya ucapkan terima kasih kepada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan dukungan. Selanjutnya saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman hidup, sahabat, sekaligus istri saya *Ryan Marina* atas segala doa dan support yang tak putus-putus. Kepada para pembaca, saya ucapkan selamat membaca buku sederhana ini dan semoga dapat memberikan manfaat.

Wassalamualaikum Wr, Wb,

Penulis
Dimas Prasetya

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 KONSEP DASAR <i>DIGITAL PUBLIC RELATIONS</i>	1
A. Konsep <i>Digital Public Relations</i>	1
B. Tujuan <i>Digital Public Relations</i>	2
C. Pergeseran Paradigma <i>Public Relations</i>	4
D. Kompetensi <i>Digital Public Relations</i>	7
E. Aktivitas <i>Digital Public Relations</i>	9
BAB 2 DASAR <i>PUBLIC RELATIONS</i>	13
A. Konsep <i>Public Relations</i>	13
B. Tujuan <i>Public Relations</i>	14
C. Peran <i>Public Relations</i>	18
D. Fungsi <i>Public Relations</i>	20
E. Jenis-Jenis <i>Public Relations</i>	23
BAB 3 PUBLIK DI ERA DIGITAL.....	27
A. <i>Public</i> dalam <i>Public Relations</i>	27
B. Jenis-jenis Publik.....	28
C. Opini Publik.....	31
D. Jenis-jenis Opini.....	32
E. Urgensi Opini Publik.....	35
BAB 4 CITRA DAN REPUTASI.....	37
A. Definisi Citra	37
B. Jenis-jenis Citra	39
C. Makna Reputasi	40
D. Aspek Reputasi.....	42
E. Cara Membangun Reputasi	43

BAB 5 STRATEGI <i>DIGITAL PUBLIC RELATIONS</i>	45
A. Benefit <i>Digital Public Relations</i>	45
B. Alat <i>Digital Public Relations</i>	48
C. Strategi <i>Digital Public Relations</i>	50
D. Optimalisasi Media Sosial.....	55
E. <i>Media Relations</i> dan <i>Digital Public Relations</i>	57
DAFTAR PUSTAKA	59
BIOGRAFI PENULIS.....	63

DAFTAR PUSTAKA

- Andipante, A. A. (2020). *Paradigma Baru Public Relations : Teori, Strategi, dan Riset*. xiv, 253 halaman : ilustrasi ; 23 cm.
<https://www.rajagrafindo.co.id/produk/paradigma-baru-public-relations-teori-strategi-dan-riset-anwar-arifin-andipante/>
- Ardianto, E. (2016). Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif. In *Handbook of Public Relations*.
- Arsenijević, J., & Arsenijević, D. (2021). Public relations in the digital era: New methods and tools. *Univerzitetska Misao - Casopis Za Nauku, Kulturu i Umjetnost, Novi Pazar*.
<https://doi.org/10.5937/univmis2120054a>
- Cutlip and Center's. (2015). Effective Public Relations Eleventh Edition. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Dowling, G. (2006). How Good Corporate Reputations Create Corporate Value. *Corporate Reputation Review*.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550017>
- Fombrun, C. J. (2001). Corporate Reputation - Its Measurement and Management. *Thesis*.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. T. (1984). Managing public relations. In *Entertainment Management: Towards Best Practice*.
- Hadi, A. (2018). Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas. *At-Ta'lim*.
- Hartiana, T. I. P. (2014). CITRA PERUSAHAAN DALAM BERITA

- KRISIS PERUSAHAAN. *Jurnal Kajian Komunikasi*.
<https://doi.org/10.24198/jkk.vol2n2.3>
- Jefkins, F. (2018). Public relations for management success. In *Public Relations for Management Success*.
<https://doi.org/10.4324/9780203702611>
- Kartikasari, N. (2017). *Viral: Gebrakan Kekinian Public Relations di Era Digital*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Krisprimandoyo. (2014). Pengaruh Corporate Rebranding Terhadap Loyalitas Penghuni Citraland Surabaya Melalui Brand Associations, Kepuasan Dan Reputasi Perusahaan. *Media Mahardhika*.
- Kriyantono, R. (2012). Public Relation & Crisis Management. In *Kencana Prenada Media*.
- Mahendra, A. I. (2020). Simplification of the Role of Public Relations. *Jurnal ASPIKOM*.
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i1.332>
- Mboeik, C., Ana Andung, P., & Mandaru, S. S. E. (2020). Praktik Digital Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT. PLN (Persero) UIW NTT. *Jurnal Politikom Indonesiana*.
<https://doi.org/10.35706/jpi.v5i2.4207>
- Meliala, Y. H., Adipoetra, R., & Murti, R. (2020). Implementasi Digital Public Relations Pada Label Musik Demajors Dalam Mempublikasikan Album. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*.
<https://doi.org/10.33592/dk.v8i1.555>

- Moreno, A., Navarro, C., Tench, R., & Zerfass, A. (2015). Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe. *Public Relations Review*.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.12.006>
- Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2016). PEMANFAATAN DIGITAL PUBLIC RELATIONS (PR) DALAM SOSIALISASI TAGLINE “jogja istimewa” HUMAS PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA. *ARISTO*. <https://doi.org/10.24269/aristo.iv/1.2016.9>
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber public relations*. Elex Media Komputindo.
- Permatasari, A. N., Soelistiyowati, E., Suastami, I. G. A. P. P., & Johan, R. A. (2021). Digital Public Relations: Trend and Required Skills. *Jurnal SPIKOM*.
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.836>
- Prasetya, D., Prayogi, A., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2022). Implikasi Konvergensi Media Terhadap Konsepsi Dan Peran Khalayak. *ARKANA: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(02), 61–70.
<https://doi.org/10.62022/ARKANA.V1I02.3468>
- Pursetyaningsih, P. (2008). Pengaruh Harga, Reputasi, Kualitas Jasa, Promosi, Keterpaksaan Berpindah, Dan Rekomendasi Pada Perilaku Nasabah Berpindah Bank. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v1i3.2371>
- Rona, N. M., Sufa, S. A., & Ratnasari, E. (2022). AKTIVITAS DIGITAL PUBLIC RELATIONS DALAM AKUN INSTAGRAM

@ORTUSEIGHT.

Medium.

[https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9149](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9149)

Ruslan, R. (2010). Manajemen Public Relations dan Media. In *Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.*

Satlita, L. (2014). Peran dan Fungsi PR dalam Organisasi. *Public Relations.*

Suparyanto dan Rosadi. (2020). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi. *Suparyanto Dan Rosad.*

Suwatno. (2018). Pengantar Public Relations Kontemporer. In *Pertama.*

Triyono, A. (2018). INOVASI DIGITAL PUBLIC RELATIONS PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI KOTA SEMARANG DALAM MENINGKATKAN CITRA. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna.*
<https://doi.org/10.30659/jikm.6.2.119-126>

Walsh, G., Mitchell, V. W., Jackson, P. R., & Beatty, S. E. (2009). Examining the antecedents and consequences of corporate reputation: A customer perspective. *British Journal of Management.* <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2007.00557.x>

Zhou, A., & Xu, S. (2021). Digital Public Relations Through the Lens of Affordances: A Conceptual Expansion of the Dialogic Principles. *Journal of Public Relations Research.*
<https://doi.org/10.1080/1062726X.2022.2046585>

BIOGRAFI PENULIS



Memiliki nama lengkap Dimas Prasetya, S.I.Kom, M.A., penulis menamatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mulawarman (Jurusan Public Relations) dan gelar magister Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada (Konsentrasi Media dan Budaya). Sebelum menjadi pengajar tetap di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, penulis sempat bekerja di sejumlah posisi yakni Sales Marketing PT. Tera Data Indonusa, Customer Support Officer Ruangguru, Analis Media KPID Kalimantan Timur, Peneliti Lepas Kiroyan Partners, Konsultan Spectrum CSR Solution, dan Fasilitator Program Desa Tangguh Bencana BNPB Pusat. Selain sebagai pengajar, penulis saat ini dipercaya sebagai Ketua Tim Humas dan Protokoler UIN K.H. Abdurrahman Wahid. Penulis dapat dihubungi melalui email dimas.prasetya@uingusdur.ac.id.

Pengantar Digital Public Relations: Transformasi Komunikasi di Era Digital

Buku ini merupakan buku referensi yang ditulis dengan harapan dapat memberikan gambaran kepada para pembaca tentang dasar digital public relations yang terdiri dari tiga pertanyaan sederhana, apa itu digital public relations, mengapa kehadirannya penting, dan bagaimana strategi dan penerapan digital public relations.

ISBN 978-623-88736-4-7



9 786238 873647

Penerbit:



Muntaha Noor Institute

Jl. Jend. Sudirman Timur No. 116 RT 01 RW 03

Dusun Pakisaji Desa Wanarejan Utara

Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang

Kode Pos 52361 Provinsi Jawa Tengah

Website : <https://book.muntahanoorinstitute.com/index.php/mni>



IKAPI

Nomor Anggota IKAPI :
242/Anggota Luar BiasaJTE/2022