

KAMPANYE PUBLIC RELATIONS DIGITAL

Buku "*Kampanye Public Relations Digital*" karya Dr. Khoiruddin Muchtar, M.Si., yang berkolaborasi dengan Dr. Astri Dwi Andriani, M.I.Kom., hadir sebagai panduan lengkap untuk memahami dan mengimplementasikan strategi kampanye *Public Relations* (PR) dalam dunia digital yang terus berkembang. Buku ini mengupas berbagai aspek penting yang membentuk keberhasilan sebuah kampanye PR digital, dari tren terbaru dalam dunia PR, pengaruh teknologi canggih, hingga tantangan etika yang perlu diperhatikan oleh praktisi PR di era digital.

Melalui analisis mendalam dan studi kasus praktis, para penulis membawa pembaca untuk memahami bagaimana teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), media sosial, *Augmented Reality* (AR), dan *Virtual Reality* (VR) dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kampanye yang lebih interaktif dan personal. Buku ini juga menggarisbawahi pentingnya etika, transparansi, dan keberlanjutan dalam membangun reputasi *brand* melalui kampanye digital yang tidak hanya efektif, tetapi juga bertanggung jawab.

Tidak hanya menawarkan teori dan konsep, buku ini juga menyediakan strategi praktis yang dapat langsung diterapkan oleh para praktisi PR dalam merancang dan menjalankan kampanye mereka. Dengan berbagai contoh sukses dan tantangan yang dihadapi oleh *brand* di dunia digital, pembaca akan mendapatkan wawasan yang luas tentang bagaimana membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan audiens di era informasi yang serba cepat ini.

Jika Anda seorang praktisi PR, *marketer*, atau siapa pun yang tertarik dengan dunia digital *marketing* dan komunikasi, buku ini adalah bacaan wajib untuk mengasah keterampilan dan pengetahuan Anda. Dapatkan wawasan baru, temukan strategi efektif, dan terapkan inovasi terkini dalam kampanye PR digital Anda. Segera miliki buku "*Kampanye Public Relations Digital*" dan jadilah bagian dari perubahan yang mengarah pada kesuksesan komunikasi digital yang lebih baik dan lebih bertanggung jawab.



PT RAJAGRAFINDO PERSADA
Jl. Raya Leuwilinggung No. 112
Kel. Leuwilinggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16456
Telp 021-84311162
Email: rajapers@rajagrafindo.co.id
www.rajagrafindo.co.id

RAJAWALI PERS
DIVISI BUKU PERGURUAN TINGGI



KAMPANYE
PUBLIC RELATIONS
DIGITAL

Dr. Khoiruddin Muchtar, M.Si.
Dr. Astri Dwi Andriani, M.I.Kom.



Dr. Khoiruddin Muchtar, M.Si.
Dr. Astri Dwi Andriani, M.I.Kom.

KAMPANYE PUBLIC RELATIONS DIGITAL



KAMPANYE
PUBLIC RELATIONS
DIGITAL

KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DIGITAL

**Dr. Khoiruddin Muchtar, M.Si.
Dr. Astri Dwi Andriani, M.I.Kom.**



RAJAWALI PERS
Divisi Buku Perguruan Tinggi
PT RajaGrafindo Persada
D E P O K

Hak cipta 2025, pada penulis

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun,
termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit

01.2025.00015.00.02.001

Dr. Khoiruddin Muchtar, M.Si.

Dr. Astri Dwi Andriani, M.I.Kom.

KAMPANYE PUBLIC RELATIONS DIGITAL

x, 156 hlm., 23 cm

ISBN 978-623-08-1552-2

Cetakan ke-1, Mei 2025

Hak penerbitan pada Rajawali Pers, Depok

Copy Editor : Findi Daraningtyas

Setter : Khoirul Umam

Desain cover : Tim Kreatif RGP

Dicetak di Rajawali Printing

RAJAWALI PERS

PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Anggota IKAPI

Kantor Pusat:

Jl. Raya Leuwinanggung, No.112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16456

Telepon : (021) 84311162

E-mail : rajapers@rajagrafindo.co.id <http://www.rajagrafindo.co.id>

Perwakilan:

Jakarta-16456 Jl. Raya Leuwinanggung No. 112, Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Depok, Telp. (021) 84311162. **Bandung**-40243, Jl. H. Kurdi Timur No. 8 Komplek Kurdi, Telp. 022-5206202. **Yogyakarta**-Perum. Pondok Soragan Indah Blok A1, Jl. Soragan, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, Telp. 0274-625093. **Surabaya**-60118, Jl. Rungkut Harapan Blok A No. 09, Telp. 031-8700819. **Palembang**-30137, Jl. Macan Kumbang III No. 10/4459 RT 78 Kel. Demang Lebar Daun, Telp. 0711-445062. **Pekanbaru**-28294, Perum De' Diandra Land Blok C 1 No. 1, Jl. Kartama Marpoan Damai, Telp. 0761-65807. **Medan**-20144, Jl. Eka Rasmi Gg. Eka Rossa No. 3A Blok A Komplek Johor Residence Kec. Medan Johor, Telp. 061-7871546. **Makassar**-90221, Jl. Sultan Alauddin Komp. Bumi Permata Hijau Bumi 14 Blok A14 No. 3, Telp. 0411-861618. **Banjarmasin**-70114, Jl. Bali No. 31 Rt 05, Telp. 0511-3352060. **Bali**, Jl. Imam Bonjol Gg 100/V No. 2, Denpasar Telp. (0361) 8607995. **Bandar Lampung**-35115, Perum. Bilabong Jaya Blok B8 No. 3 Susunan Baru, Langkapura, Hp. 081299047094.

PRAKATA

Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, dunia *Public Relations* (PR) telah mengalami transformasi yang sangat besar. Saat ini, komunikasi antara *brand* dan audiens tidak lagi terbatas pada media tradisional seperti televisi atau radio, melainkan telah beralih ke ruang digital yang lebih interaktif, cepat, dan penuh tantangan. Buku ini, Kampanye PR Digital, merupakan hasil kolaborasi antara saya, Dr. Khoiruddin Muchtar, M.Si., dan Dr. Astri Dwi Andriani, M.I.Kom., yang bertujuan untuk memberikan panduan yang komprehensif dan praktis bagi para praktisi PR, *marketer*, dan siapa pun yang tertarik dengan dunia PR digital.

Kami menyadari bahwa meskipun dunia PR digital menawarkan peluang yang sangat besar, hal ini juga datang dengan tantangan yang tidak kecil. Kampanye PR digital tidak hanya memerlukan kreativitas dan keahlian teknis, tetapi juga pemahaman yang mendalam tentang audiens, serta pendekatan yang etis dan transparan. Dalam buku ini, kami mengulas berbagai aspek yang membentuk kampanye PR digital yang sukses, mulai dari tren terbaru, pengaruh teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, *augmented reality*, dan *virtual reality*, hingga pentingnya membangun reputasi yang kuat melalui transparansi dan keberlanjutan.

Melalui bab-bab yang kami sajikan, kami berharap para pembaca dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana menyusun strategi PR digital yang tidak hanya efektif, tetapi juga bertanggung jawab. Buku ini dirancang untuk memberikan panduan praktis yang dapat diterapkan dalam dunia nyata, dengan menggabungkan teori, studi kasus, serta strategi konkret yang dapat diadopsi oleh para praktisi PR di era digital ini.

Kami berharap buku ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan dunia PR digital di Indonesia, serta menjadi referensi yang berguna bagi semua pihak yang ingin menguasai seni dan ilmu dalam merancang kampanye PR digital yang sukses dan berdampak. Semoga buku ini dapat menjadi sumber inspirasi dan pengetahuan untuk membangun komunikasi yang lebih efektif, etis, dan transparan dalam menghadapi tantangan digital yang terus berkembang.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung tersusunnya buku ini. Semoga buku ini bermanfaat bagi pembaca dan menjadi acuan bagi perkembangan lebih lanjut dalam dunia PR digital.

Dr. Khoiruddin Muchtar, M.Si.
Dr. Astri Dwi Andriani, M.I.Kom.

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 PENGANTAR KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i> DIGITAL	1
A. Definisi Kampanye <i>Public Relations</i> Digital	3
B. Sejarah dan Perkembangan PR Digital	7
C. Perbedaan antara PR Tradisional dan PR Digital	10
D. Peran Kampanye Digital dalam Komunikasi Korporat	13
E. Tantangan dan Peluang PR Digital di Era Globalisasi	15
BAB 2 DASAR-DASAR TEORI KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i> DIGITAL	19
A. Teori Komunikasi dalam PR Digital	21
B. Teori Pengaruh dan Persuasi di Media Digital	22
C. Teori Keterlibatan (<i>Engagement</i>) Audiens dalam PR Digital	24
D. Teori Relasi <i>Stakeholder</i> dalam Kampanye PR Digital	26
E. Etika dalam Kampanye <i>Public Relations</i> Digital	28

BAB 3 PLATFORM DAN ALAT DIGITAL UNTUK KAMPANYE PR	35
A. Media Sosial dalam Kampanye PR Digital	37
B. <i>Website</i> dan Blog sebagai Alat Kampanye	43
C. <i>E-Mail Marketing</i> dalam PR Digital	45
D. Penggunaan Video dan <i>Podcast</i> dalam Kampanye	47
E. Alat Analitik dan Pengukuran Kampanye Digital	49
BAB 4 STRATEGI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS DIGITAL	53
A. Menyusun Strategi PR Digital yang Efektif	55
B. Segmentasi Audiens dan Penargetan Pesan	58
C. Perencanaan Konten untuk Kampanye Digital	61
D. Penggunaan <i>Influencer</i> dalam Kampanye PR Digital	65
E. Merancang Kampanye Krisis Digital	68
BAB 5 METODE PELAKSANAAN KAMPANYE PUBLIC RELATIONS DIGITAL	73
A. Menentukan Tujuan dan KPI Kampanye PR Digital	75
B. Pengelolaan Konten di Platform Digital	77
C. Penyusunan Jadwal Kampanye dan Pengelolaan Sumber Daya	80
D. Kolaborasi dengan Tim Digital dan Tim PR Tradisional	83
E. <i>Monitoring</i> dan Evaluasi Kampanye	86
BAB 6 KAMPANYE PR DIGITAL DI MEDIA SOSIAL	91
A. Facebook, Instagram, dan Twitter dalam Kampanye PR Digital	93
B. LinkedIn dan TikTok sebagai Platform untuk PR Profesional	96
C. Pengelolaan Komunitas <i>Online</i> untuk PR Digital	98

D.	Membangun <i>Engagement</i> di Media Sosial	101
E.	Menganalisis Hasil Kampanye di Media Sosial	104
BAB 7	PENGUKURAN DAN EVALUASI KAMPANYE PR DIGITAL	109
A.	Metrik dan KPI yang Relevan dalam PR Digital	111
B.	Penggunaan Alat Analitik untuk Mengukur Keberhasilan Kampanye	112
C.	Teknik Pemantauan dan Pelaporan Kampanye	114
D.	Analisis <i>Return on Investment</i> (ROI) dalam Kampanye PR Digital	115
E.	Menyesuaikan Strategi Berdasarkan Hasil Evaluasi	117
BAB 8	STUDI KASUS KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i> DIGITAL	119
A.	Kasus Kampanye PR Digital yang Berhasil dan Gagal Beserta Analisanya	121
B.	Pembelajaran dari Kasus-Kasus PR Digital	124
BAB 9	TREN MASA DEPAN KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i> DIGITAL	127
A.	Meningkatnya Pengaruh Kecerdasan Buatan dalam PR Digital	129
B.	Keamanan Data dan Privasi dalam Kampanye PR Digital	131
C.	Munculnya Platform Baru dan Perubahan Algoritma	133
D.	PR Digital dan Peran <i>Virtual Reality</i> serta <i>Augmented Reality</i>	135
E.	Peran Etika dan Transparansi dalam PR Digital di Masa Depan	137

BAB 10 PENUTUP	141
A. Kesimpulan: Kampanye <i>Public Relations</i> Digital yang Sukses	143
B. Refleksi tentang Peran Kampanye Digital dalam Membangun Reputasi	144
C. Arah Masa Depan Kampanye PR Digital	146
DAFTAR PUSTAKA	149
BIODATA PENULIS	155