

TRANSFORMASI
**PUBLIC
RELATIONS**

DARI MANAJEMEN CITRA KE ADVOKASI SOSIAL

Dewi Quraisyin

Dewi Quraissyin

—— Transformasi ——
PUBLIC RELATIONS
Dari Manajemen Citra ke Advokasi Sosial



PENERBIT KBM INDONESIA

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku penulis di tanah air Indonesia. Serta menjadi media sharing proses penerbitan buku.

TRANSFORMASI PUBLIC RELATIONS Dari Manajemen Citra ke Advokasi Sosial

Copyright @2025 By Dewi Quraisyin

All right reserved

Penulis

Dewi Quraisyin

Desain Sampul

Eca Art

Tata Letak

Sofitahm

Editor

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc.

Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-202-976-3

Cetakan ke-1, Desember 2025

15,5 x 23 cm, vi + 97 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit

Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham
dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Dalam sejarah Panjang ilmu komunikasi, *Public Relations* (PR) seringkali ditafsirkan sebagai praktik manajerial yang memprioritaskan pada pengelolaan citra serta reputasi organisasi saja. Paradigma ini menempatkan PR sebagai pelayan untuk kepentingan korporasi atau penjaga harmoni antara kekuasaan dan publik. Namun, ketika krisis sosial, isu-isu lingkungan, dan permasalahan moral yang semakin kompleks, paradigma lama tersebut menjadi tidak lagi relevan. Saat ini, dunia membutuhkan cara pandang baru dalam memahami komunikasi, tidak lagi hanya sekadar alat persuasi, melainkan tindakan etis dan politik yang berpihak pada kemanusiaan.

Buku *Transformasi Public Relations: Dari Manajemen Citra ke Advokasi Sosial* hadir menjadi upaya konseptual untuk menjawab krisis tersebut. Ia bermula dari keyakinan bahwa PR tidak boleh hanya berhenti pada pengelolaan makna, tetapi harusnya berubah sebagai sebuah praktik advokatif yang menegosiasikan keadilan, solidaritas, dan tanggung jawab sosial. Dengan mengintegrasikan teori Critical PR (L'Etang, 2008; Holtzhausen, 2012; Heath, 2006) dan pendekatan *Activist Public Relations* yang berakar pada tradisi resistensi sosial, buku ini menawarkan reposisi radikal terhadap profesi PR, dari semata-mata hanya menjadi alat komunikasi informatif korporasi, kemudian bertransformasi menjadi sebuah agen perubahan sosial.

Secara epistemologis, buku ini berlandaskan pada kritik terhadap dominasi rasionalitas instrumental dalam teori

komunikasi Barat. Melalui perspektif dekolonisasi PR (Dutta, 2020), penulis ingin menegaskan tentang esensi menginterpretasi praktik komunikasi dari konteks *global south* yang mengandung nilai-nilai gotong royong, musyawarah, dan spiritualitas sosial yang menjadi fondasi etika dalam praktik komunikasi di Indonesia. Pendekatan ini akan memosisikan PR menjadi sebuah proses dialogis yang membangun kepercayaan, bukan lagi sekadar strategi yang mengatur opini publik.

Sementara itu, buku ini juga menjembatani teori global dengan praktik lokal. Setiap bab akan menampilkan pertemuan antara konsep akademik dan realitas advokasi di lapangan. Mulai dari kampanye #SaveAru dan #BersihkanIndonesia, hingga inisiatif Gusdurian dan ECOTON yang menegosiasikan ruang publik digital sebagai sebuah arena moral. Dalam setiap babnya, pembaca akan diajak untuk memahami bahwa aktivisme bukanlah antithesis dari profesionalisme, melainkan ekspresi etika profesi di era yang sarat ketimpangan informasi, *hoax* yang merajalela, dan kekuasaan algoritmik yang membungkam suara.

Kontribusi akademik utama buku ini terletak pada reintegrasi etika ke dalam teori PR. Ia menolak dikotomi antara strategi dan nilai, antara efektivitas dan empati. Karena itu, melalui diskursus *dialogic communication*, *ethics of care*, dan *ecological turn*, penulis akan memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi yang dilakukan dalam praktik PR diukur bukan hanya dari jumlah publik yang berhasil diyakinkan, melainkan juga dari seberapa jauh ia menumbuhkan kesadaran, keadilan, dan keberlanjutan hidup bersama. Selanjutnya, buku ini menempatkan Indonesia menjadi ruang epistemik yang kaya, tempat praktik PR, aktivisme digital, dan komunikasi komunitas saling bersinggungan dalam realitas sosial yang kompleks. Buku ini memperlihatkan bahwa PR Indonesia memiliki potensi untuk menjadi model *Public Relations from below*, suatu praktik yang dimulai dari suara warga,

komunitas, dan nilai-nilai lokal, bukan dari ruang direksi atau kantor konsultan global.

Dengan nada reflektif dan argumentatif, buku ini dihadirkan bukan hanya menantang paradigma lama, melainkan juga mengundang pembaca untuk berpikir ulang, untuk siapa dan untuk apa praktik PR dijalankan? PR tidak lagi dilihat sekadar sebagai alat penyampai pesan, tetapi sebagai praktik sosial yang menentukan terjadinya sebuah perubahan dan tentang siapa yang diuntungkan atau dirugikan oleh proses itu. Di sinilah esensi karya ini, bukan sekadar buku teks, namun juga akan menjadi manifesto etis bagi praktisi, akademisi, dan mahasiswa komunikasi yang ingin menyaksikan transformasi PR yang terus tumbuh menjadi kekuatan moral dan memiliki peran etis pada dunia komunikasi yang seringkali salah arah. Semoga buku ini menjadi bagian dari gerakan intelektual yang bermakna lebih luas, gerakan untuk mengembalikan komunikasi, khususnya dalam praktik-praktik PR kepada tugas sejatinya, yaitu untuk membangun kemanusiaan, menegakkan keadilan, dan merawat kehidupan bersama.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
PENDAHULUAN	1
BAB 1 WAJAH BARU <i>PUBLIC RELATIONS</i> DI ERA AKTIVISME SOSIAL	5
A. Paradigma Struktural-Fungsional: PR sebagai Mekanisme Stabilitas	5
B. Reproduksi Ideologi Kapitalisme: PR sebagai <i>Boundary Spanner</i> yang Melayani Sistem	8
C. Menuju Paradigma Alternatif: Dari Fungsi ke Praxis	10
D. Kritik terhadap Paradigma Korporat	12
E. Menuju Paradigma PR Emansipatoris	17
BAB 2 <i>ACTIVIST PUBLIC RELATIONS</i>: DARI RESISTENSI MENUJU TRANSFORMASI SOSIAL	23
A. Activist Public Relations	23
B. PR Aktivis: Menggugat Hegemoni	25
C. Menuju Paradigma PR Transformasional	28
BAB 3 KOMUNIKASI DIALOGIS DAN DEMOKRASI RETORIS DALAM PRAKTIK <i>PUBLIC RELATIONS</i>	31
A. Komunikasi Dialogis: Dari Informasi ke Relasi	31
BAB 4 ETIKA, KEKUASAAN, DAN IDEOLOGI DALAM KOMUNIKASI PUBLIK	37
A. PR dan Krisis Etika dalam Masyarakat Komunikatif	37
B. Etika Resistensi	38
C. PR, Kekuasaan, dan Tanggung Jawab Moral	41

BAB 5 PUBLIC RELATIONS DAN GERAKAN SOSIAL DIGITAL: STRATEGI KOMUNIKASI DI ERA JARINGAN	47
A. Pergeseran ke Ruang Publik Digital	47
B. Tantangan Etis dalam Digital <i>Social Activism</i>	52
BAB 6 PUBLIC RELATIONS DAN ADVOKASI SOSIAL: KOMUNIKASI SEBAGAI GERAKAN MORAL	55
A. Dari Komunikasi Strategis ke Komunikasi Advokatif	55
B. Etika dan Tantangan PR Advokatif	58
BAB 7 COMMUNITY PUBLIC RELATIONS: PRAKTIK KOMUNIKASI EMANSIPATORIS DI INDONESIA	63
A. Community Public Relations: Wajah Baru <i>Public Relations</i>	63
B. Tantangan dan Dinamika <i>Community Public Relations</i>	66
BAB 8 KRISIS, SOLIDARITAS, DAN TANGGUNG JAWAB MORAL PUBLIC RELATIONS	69
A. Krisis sebagai Ujian Moral	69
B. Dari Manajemen Isu ke Pemulihan Relasi Sosial	73
BAB 9 MASA DEPAN PUBLIC RELATIONS: DARI MANAJEMEN CITRA KE ADVOKASI SOSIAL	77
A. Krisis Paradigma dan Kebutuhan Etika Baru	77
B. Menuju Advokasi Sosial dalam Komunikasi Publik	80
C. Refleksi: PR sebagai Kekuatan Moral dan Sosial	83
EPILOG	85
A. <i>Public Relations</i> sebagai Praktik Kemanusiaan dan Advokasi Sosial Komunikasi	85
DAFTAR PUSTAKA	91
PROFIL PENULIS	97

DAFTAR PUSTAKA

- Banerjee, S. B. (2008). *Corporate social responsibility: The good, the bad and the ugly*. *Critical Sociology*, 34(1), 51–79.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Botan, C. H., & Taylor, M. (2004). Public relations: State of the field. *Journal of Communication*, 54(4), 645–661.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02649.x>
- Breeze, R. (2020). *The rhetoric of authenticity in digital activism*. *Discourse & Society*, 31(6), 624–642.
<https://doi.org/10.1177/0957926520923832>
- Bucher, T. (2018). *If...then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Polity Press.
- Choudry, A., & Kapoor, D. (Eds.). (2013). *NGOization: Complicity, contradictions and prospects*. Zed Books.
- Coombs, W. T. (2007). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Sage Publications.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). *The handbook of crisis communication*. Wiley-Blackwell.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.

- Devinatz, V. G. (2008). *The labor movement's strategic dilemma*. WorkingUSA, 11(2), 219–235.
- Dozier, D. M., & Lauzen, M. M. (2000). Liberating the intellectual domain from the practice: Public relations, activism, and the role of theory. *Journal of Public Relations Research*, 12(1), 3–22. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1201_2
- Durkheim, É. (1984). *The division of labor in society*. Free Press. (Original work published 1893)
- Dutta, M. J. (2020). *Decolonizing communication for social change: A culture-centered approach*. Routledge.
- Edelman. (2021). 2021 Edelman Trust Barometer. <https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer>
- Faludi, S. (1991). *Backlash: The undeclared war against American women*. Crown.
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings (1972–1977)*. Pantheon Books.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. Continuum.
- Gilligan, C. (1982). *In a different voice: Psychological theory and women's development*. Harvard University Press.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks*. International Publishers.
- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2002). *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Gutmann, A., & Thompson, D. (2012). *The spirit of compromise: Why governing demands it and campaigning undermines it*. Princeton University Press.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action: Reason and the rationalization of society (Vol. 1)*. Beacon Press.

- Habermas, J. (1990). *Moral consciousness and communicative action*. MIT Press.
- Hadiz, V. R., & Robison, R. (2017). *Competing populisms in post-authoritarian Indonesia*. *International Political Science Review*, 38(4), 488–502.
- Harsin, J. (2021). *The post-truth era: Rhetoric, trust, and digital media*. Oxford University Press.
- Heath, R. L. (2006). *Rhetorical democracy: Advocacy, public relations, and the public sphere*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Heath, R. L. (2006). Onward into more fog: Thoughts on public relations' research directions. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), 93–114.
- Heath, R. L., & Waymer, D. (2020). Dialogic ethics and co-created meaning in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 32(5–6), 167–182.
<https://doi.org/10.1080/1062726X.2020.1805648>
- Holtzhausen, D. (2012). *Public relations as activism: Postmodern approaches to theory and practice*. Routledge.
- Holtzhausen, D. (2015). *Postmodern values in public relations*. In R. L. Heath (Ed.), *The SAGE handbook of public relations* (2nd ed., pp. 683–696). Sage Publications.
- Holtzhausen, D. R. (2000). Postmodern values in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 12(1), 93–114.
- Holtzhausen, D. R. (2007). *Activism in public relations: Postmodern approaches to theory and practice*. *Public Relations Review*, 33(4), 357–362.
- Holtzhausen, D., & Voto, R. (2002). Resistance from the margins: The postmodern public relations practitioner as organizational activist. *Journal of Public Relations Research*, 14(1), 57–84.
- Houston, J. B., et al. (2015). *Community resilience and communication: Dynamic interconnections*. *American Behavioral Scientist*, 59(2), 254–273.

- Ihlen, Ø., Fredriksson, M., & van Ruler, B. (Eds.). (2009). *Public relations and social theory: Key figures and concepts*. Routledge.
- Jasper, J. M. (1997). *The art of moral protest: Culture, biography, and creativity in social movements*. University of Chicago Press.
- Jenkins, H. (2019). *Participatory culture in a networked era*. Polity Press.
- Jordan, L., & van Tuijl, P. (Eds.). (2006). *NGO accountability: Politics, principles and innovations*. Earthscan.
- Keck, M. E., & Sikkink, K. (1998). *Activists beyond borders: Advocacy networks in international politics*. Cornell University Press.
- Kent, M. L., & Lane, A. B. (2017). *A rhizomatic approach to stakeholder theory: Dialogic ethics and communication in public relations*. *Public Relations Review*, 43(4), 568–578.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). *Toward a dialogic theory of public relations*. *Public Relations Review*, 28(1), 21–37. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(02\)00108-X](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(02)00108-X)
- Kriyantono, R. (2015). *Public relations and corporate social responsibility in mandatory approach era in Indonesia*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 320–327.
- L'Etang, J. (2008). *Public relations: Concepts, practice, and critique*. Sage Publications.
- Lestari, P., & Arifin, Z. (2021). *Crisis communication and community resilience during COVID-19 in Indonesia*. *Asian Journal of Communication*, 31(5), 475–492.
- Levinas, E. (1969). *Totality and infinity: An essay on exteriority*. Duquesne University Press.
- Lim, M. (2013). Many clicks but little sticks: Social media activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4), 636–657. <https://doi.org/10.1080/00472336.2013.769386>.
- Macnamara, J. (2018). *Evaluating public communication: Exploring new models, standards, and best practice*. Routledge.
- Melkote, S. R., & Steeves, H. L. (2015). *Communication for development and social change (3rd ed.)*. Sage Publications.

- Motion, J., & Leitch, S. (2020). *Discourse, power, and public relations: Beyond persuasion*. *Public Relations Inquiry*, 9(2), 149–168. <https://doi.org/10.1177/2046147X20916300>.
- Motion, J., & Weaver, C. K. (2005). A discourse perspective for critical public relations research: Life sciences network and the battle for truth. *Journal of Public Relations Research*, 17(1), 49–67.
- Nasution, H. (2023). *Disaster PR and local wisdom in Indonesian crisis communication*. *Public Relations Review*, 49(2), 102–117.
- Nugroho, Y. (2011). *Opening the black box: The adoption of innovations in the voluntary sector in Indonesia*. Manchester Institute of Innovation Research.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown Publishing.
- Parsons, P. J. (2016). *Ethics in public relations: A guide to best practice (2nd ed.)*. Kogan Page.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Free Press.
- Poell, T., Nieborg, D. B., & van Dijck, J. (2019). *Platforms and cultural production*. Polity Press.
- Prasetyawan, Y. (2017). River conservation through community empowerment: A case study of ECOTON in Brantas River restoration. *Indonesian Journal of Environment and Sustainable Development*, 8(2), 45–58.
- Rachman, N. F. (2017). *From land reform to agrarian reform: The ongoing struggle for land in Indonesia*. In *Land and development in Indonesia* (pp. 21–44). Springer.
- Ricoeur, P. (1992). *Oneself as another*. University of Chicago Press.
- Schultz, F., & Heath, R. L. (2021). *The ecological turn in public relations*. *Public Relations Inquiry*, 10(3), 287–306. <https://doi.org/10.1177/2046147X211016705>.
- Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (2018). Narrative, sensemaking, and crisis communication: Understanding the

- dynamics of trust. *Journal of Applied Communication Research*, 46(4), 420–437.
- Stohl, C., Etter, M., Banghart, S., & Woo, D. (2017). Social media policies: Implications for contemporary notions of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 142(3), 413–436.
- Syahputra, I. (2020). Digital activism and the #ReformasiDikorupsi movement in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(2), 115–134.
- Syahputra, I. (2021). *Toxic communication and the moral crisis of digital democracy*. *Komunikator*, 13(1), 45–60.
- Taylor, M. (2011). *Building social capital through rhetoric and public relations*. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 436–454.
- Tempo. (2018). *Freeport dan kontroversi kontrak tambang: Konflik kepentingan dan komunikasi publik*. Tempo Publishing.
- Tiesinga, H. (2021). *Intersectional solidarity and social movement communication*. *Social Movement Studies*, 20(6), 745–761. <https://doi.org/10.1080/14742837.2020.1824752>.
- Tronto, J. C. (1993). *Moral boundaries: A political argument for an ethic of care*. Routledge.
- Valentini, C. (2022). *Reimagining public relations: Toward a critical-global perspective*. *Public Relations Inquiry*, 11(1), 3–21.
- Vrasti, W. (2013). *Volunteer tourism in the global south: Giving back in neoliberal times*. Routledge.
- Werder, K. P., & Holtzhausen, D. (2018). Social justice and public relations: New directions in theory and research. *Journal of Public Relations Research*, 30(1–2), 1–4.
- Yulianti, D., & Susanto, E. (2021). Komunikasi kebencanaan berbasis komunitas: Belajar dari Palu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 45–61.

PROFIL PENULIS

DEWI QURAI SYIN lahir di Pamekasan, 10 Oktober 1979. Menempuh Pendidikan dasar di Pamekasan dan melanjutkan pendidikan menengah di lingkungan Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Ia melanjutkan studi S1 di UIN Sunan Ampel Surabaya, kemudian Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Dr. Soetomo, dan meraih gelar Doktor di Universitas Airlangga dengan disertasi tentang *Public Relations Activism dalam kontroversi pengembangan destinasi wisata Pantai Lon Malang di Madura*. Sebelum menjadi akademisi, ia pernah berkarier di PT Indosat Ooredoo Hutchison Surabaya, yang memperkaya pengalamannya dalam komunikasi korporat dan strategi media.

Saat ini, ia menjadi dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Trunojoyo Madura, aktif meneliti dan menulis seputar *Public Relations* serta komunikasi pemasaran, dan kerap terlibat dalam forum seminar nasional maupun internasional. Sejak 2017 ia menjabat sebagai Ketua BPC Perhumas Madura dan juga berperan aktif sebagai pengurus Lembaga Kemaslahatan Keluarga PWNNU Jawa Timur. Hal tersebut menunjukkan komitmennya pada pengembangan profesi, masyarakat, dan pendidikan di Madura.