

KREDIBILITAS KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS: STUDI PADA PRESS RELEASE PROGRAM IDUL ADHA 1444 H BAZNAS RI

Rizka Nuria Putri

rizkanuria.20011@mhs.unesa.ac.id

Universitas Negeri Surabaya

ABSTRAK

BAZNAS RI adalah salah satu lembaga resmi yang dipercaya oleh pemerintah untuk mengelola sedekah, infaq, maupun zakat umat Islam di Indonesia. Keberhasilan BAZNAS RI dalam meningkatkan donasi masyarakat tiap tahun, terutama dalam meningkatkan donasi kurban, tidak terlepas dari adanya peran press release BAZNAS RI dalam program perayaan Idul Adha dari tahun ke tahun. Press release yang baik adalah press release yang mempunyai unsur-unsur kredibilitas didalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kredibilitas press release BAZNAS RI dalam program perayaan Idul Adha 1444 H yang dibuat oleh praktisi kehumasan BAZNAS. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pengumpulan data secara dokumentasi. Dokumentasi dilakukan terhadap press release BAZNAS RI yang termuat dalam website dan dokumen berupa video sebagai data penunjang. Hasil penelitian ini menemukan bahwa press release program perayaan Idul Adha 1444 H oleh BAZNAS RI mempunyai unsur-unsur kredibilitas, yang terdiri dari accuracy, believability, dan completeness.

Kata Kunci: Kredibilitas, Press Release, BAZNAS RI.

ABSTRACT

BAZNAS RI is one of the official institutions trusted by the government to manage alms, infaq and zakat for Muslims in Indonesia. BAZNAS RI's success in increasing public donations every year, especially in increasing sacrificial donations, cannot be separated from the role of press releases made by BAZNAS RI public relations practitioners in reporting all Eid al-Adha celebration activities or programs from year to year. A good press release is a press release that has elements of credibility in it. This research aims to describe the credibility of the BAZNAS RI press release in the Eid al-Adha 1444 H celebration program created by BAZNAS public relations practitioners. This research uses a descriptive-qualitative method with documented data collection. Documentation was carried out on BAZNAS RI press releases contained on the website and documents in the form of videos as supporting data. The results of this research found that the press release for the celebration of Idul Adha 1444 H by BAZNAS RI had elements of credibility consisting of accuracy, trustworthiness, and completeness.

Keywords: Credibility, Press Release, BAZNAS RI.

PENDAHULUAN

Setiap lembaga dakwah pada dasarnya membutuhkan hubungan yang harmonis dengan para stakeholders sebagai upaya menjaga keberlangsungan organisasi, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hubungan tersebut dibangun melalui proses komunikasi efektif yang dilakukan secara lisan maupun tulisan dan melalui media langsung maupun tidak langsung. Salah satu bentuk komunikasi strategis yang dilakukan adalah penyebarluasan informasi tentang program dan kegiatan lembaga. Informasi yang disampaikan tidak hanya informatif, melainkan kredibel. Objektif, dan dapat dipercaya, terutama ketika berkaitan dengan kepentingan umat.

Dalam konteks komunikasi organisasi, komunikasi verbal yang mencakup komunikasi lisan dan tulisan memiliki peranan penting dalam membangun hubungan antara lembaga dan stakeholder. Semakin baik kualitas komunikasi yang terjalin, maka semakin besar pula peluang terbentuknya kepercayaan publik. Sebaliknya, lemahnya komunikasi dapat menghambat keberlangsungan lembaga di tengah masyarakat. Oleh

karena itu, diperlukan peran public relations (PR) atau humas sebagai fungsi strategis yang bertugas membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan publik, baik internal maupun eksternal.

Public relations merupakan aktivitas yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara organisasi dan masyarakat. Dalam praktiknya, seorang praktisi PR dituntut untuk mampu menyampaikan pesan kredibel dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Di era industry 4.0, perkembangan teknologi digital mendorong transformasi praktik PR ke arah Cyber Public Relations (CPR) atau Electronic Public Relations (E-PR) yang memanfaatkan media berbasis online, seperti website dan media sosial sebagai sarana komunikasi.

Website resmi lembaga menjadi salah satu media penting dalam menyampaikan informasi kepada publik. Melalui website, masyarakat dapat mengakses berbagai informasi terkait visi, misi, program, serta aktivitas lembaga. Namun demikian, tidak hanya kuantitas informasi yang menjadi perhatian, melainkan kualitasnya juga perlu diperhatikan. Informasi yang disajikan harus memenuhi unsur kredibilitas agar mampu meningkatkan kepercayaan publik. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi efektif yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center melalui prinsip 7C, dimana salah satu unsur utamanya adalah credibility (kredibilitas).

Salah satu bentuk komunikasi tertulis dalam praktik public relations adalah press release. Press Release berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi resmi kepada media massa dan publik secara luas. Dalam konteks lembaga dakwah, press release memiliki peran strategis dalam membangun citra positif sekaligus kepercayaan masyarakat, terutama terkait pengelolaan dana umat, seperti zakat, infak, sedekah, dan kurban. Kredibilitas press release dapat dilihat dari kelengkapan data, keakuratan informasi, dan tingkat publikasi ulang oleh media massa. Semakin banyak media yang meliput kembali suatu press release, maka semakin tinggi pula tingkat kredibilitasnya. Sebagai lembaga resmi pengelola zakat di Indonesia, Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BAZNAS RI) memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kepercayaan publik. Selain mengelola zakat, infak, dan sedekah, BAZNAS RI juga berperan dalam pengelolaan dana kurban yang merupakan bagian penting dalam ibadah umat Islam, khususnya pada momentum Idul Adha. Oleh karena itu, komunikasi yang kredibel menjadi kunci dalam meyakinkan masyarakat dalam menyalurkan donasi melalui lembaga tersebut.

Dalam menjalankan fungsinya, BAZNAS RI memanfaatkan media digital, khususnya website resmi untuk mempublikasikan press release terkait berbagai program, termasuk perayaan hari besar Islam seperti Idul Adha. Press release yang disusun oleh praktisi public relations BAZNAS RI tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, melainkan sebagai alat pembentuk citra positif lembaga. Hal ini tercermin dari berbagai penghargaan yang telah diraih oleh BAZNAS RI serta meningkatnya kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut.

Salah satu contoh press release yang menarik untuk dikaji adalah press release yang berjudul “Rayakan Idul Adha, BAZNAS bersama Mitrarel Salurkan 3.467 Paket Daging Kurban”. Press Release ini tidak hanya memuat informasi program distribusi kurban, melainkan menunjukkan kolaborasi antara BAZNAS RI dan pihak swasta. Selain itu, press release tersebut mendapatkan perhatian luas dari berbagai media massa yang menunjukkan tingginya nilai publisitas dan potensi kredibilitas lembaga.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis kredibilitas press release program Perayaan Idul Adha 1444 H yang disusun oleh praktisi public relations BAZNAS RI. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan

ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang public relations, serta menjadi referensi praktis dalam meningkatkan kualitas komunikasi lembaga dakwah.

Press release dan news release memiliki perbedaan mendasar dalam tujuan dan penyusunannya. Press release disusun oleh praktisi PR dengan tujuan membangun citra positif organisasi dan ditunjukkan kepada media massa. Sedangkan, news release disusun oleh jurnalis media dengan tujuan menyampaikan informasi faktual secara objektif kepada publik tanpa intervensi kepentingan pihak tertentu.

Unsur kredibilitas menurut Flanagan & Metzger, terdiri dari 5 unsur, diantaranya kepercayaan, akurasi, kelengkapan, kelayakan kepercayaan, dan bias. Pertama, unsur believability (kepercayaan). Kepercayaan dalam pemberitaan berkaitan dengan penyajian informasi yang faktual dan didukung oleh sumber yang kredibel. Transparansi sumber menjadi indikator utama dalam membangun kepercayaan publik. Kedua, unsur accuracy (akurasi). Akurasi mengacu pada ketepatan dan kebenaran informasi yang disampaikan. Informasi yang akurat harus melalui proses verifikasi dan sesuai dengan fakta yang ada, serta konsisten antara judul, lead, dan isi berita. Ketiga, unsur completeness (kelengkapan). Kelengkapan berita ditunjukkan melalui pemenuhan unsur 5W+1H serta penyajian informasi yang utuh tanpa distorsi. Selain itu, kelengkapan juga mencakup kejelasan sumber informasi yang digunakan. Keempat, unsur trustworthiness (kelayakan kepercayaan). Unsur kelayakan kepercayaan berkaitan dengan kelayakan suatu informasi untuk dipercaya oleh publik. Informasi yang layak dipercaya harus bersifat objektif, faktual, dan tidak memihak. Kelima adalah bias. Unsur bias dalam pemberitaan mengacu pada keberpihakan atau adanya opini subjektif dalam penyampaian informasi. Oleh karena itu, jurnalis dituntut untuk menyajikan informasi secara netral dan berdasarkan fakta agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di benak publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam kredibilitas press release dalam konteks public relations. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis dan faktual dengan menjawab pertanyaan ‘bagaimana’ terkait kredibilitas press release yang diteliti. Objek penelitian ini adalah press release yang dipublikasikan pada website resmi BAZNAS RI berjudul “Rayakan Idul Adha, Mitratel bersama BAZNAS Salurkan 3.467 Paket Daging Kurban”. Analisis dilakukan dengan menggunakan konsep kredibilitas dari Flanagan dan Metzger yang meliputi aspek accuracy, believability, dan completeness.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer berupa dokumen press release yang menjadi objek utama penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, seperti buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik public relations dan kredibilitas media. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dengan cara membaca, mengamati, dan mencatat isi teks secara cermat dan berulang untuk memperoleh data yang akurat dan mendalam.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu eksplorasi, pemindaian (scanning), pengorganisasian (organizing), serta interpretasi. Tahap eksplorasi dilakukan dengan membaca dan memahami isi press release secara menyeluruh, kemudian dilanjutkan dengan pemindaian untuk menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data diorganisasikan berdasarkan struktur jurnalistik yang meliputi headline, lead, dan body. Tahap akhir adalah interpretasi data dengan mengacu pada indikator kredibilitas yang telah ditetapkan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data sesuai dengan indikator kredibilitas press release. Penyajian data dilakukan dengan menyusun data secara sistematis agar memudahkan proses analisis. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi pola dan temuan yang kemudian diverifikasi untuk memastikan konsistensi dan validitas data.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui peningkatan ketekunan dan triangulasi sumber. Peningkatan ketekunan dilakukan dengan membaca dan menganalisis data secara berulang, sedangkan triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data utama dengan sumber lain yang relevan untuk memastikan keakuratan dan konsistensi informasi.

Operasionalisasi konsep dalam penelitian ini mengacu pada tiga indikator utama kredibilitas press release, yaitu believability, accuracy, dan completeness. Aspek believability diukur melalui kesesuaian antara judul, lead, dan isi berita, serta koherensi antarbagian. Sementara itu, aspek completeness diukur berdasarkan kelengkapan unsur 5W+1H dan keberadaan sumber informasi yang mendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap press release berjudul “Rayakan Idul Adha, Mitratel bersama BAZNAS Salurkan 3.467 Paket Daging Kurban” yang dirilis pada 2 Juli 2023, ditemukan bahwa kredibilitas informasi dalam press release tersebut dapat dikaji melalui tiga indikator utama, yaitu accuracy, believability, dan completeness.

Akurasi (Accuracy)

Pertama, dari aspek accuracy (akurasi), press release BAZNAS RI menunjukkan tingkat keakuratan yang tinggi. Hal ini ditunjukkan melalui kesesuaian isi pesan dengan berbagai publikasi lain, baik dari media eksternal maupun internal. Secara eksternal, kesamaan informasi terlihat pada publikasi media massa, seperti Liputan6.com dan SuaraJakarta.id, serta pada press release yang dimuat dalam website Mitratel sebagai mitra kerja. Kesamaan tersebut mencakup struktur berita, mulai dari headline, lead, hingga body yang mengindikasikan konsistensi pesan antarplatform.

Selain itu, kesesuaian juga ditemukan pada media internal, seperti konten YouTube BAZNAS TV yang memuat informasi serupa terkait distribusi 3.467 paket daging kurban, baik press release maupun konten video sama-sama menampilkan kesamaan dalam subjek kegiatan, jumlah distribusi, sasaran penerima, serta tujuan program. Hal ini memperkuat validitas informasi yang disampaikan. Di samping itu, akurasi juga tercermin dari koherensi antarstruktur berita dalam press release, dimana headline, lead, dan body saling berkaitan dan memperkuat satu sama lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa press release tersebut memenuhi unsur akurasi karena menunjukkan konsistensi pesan, baik secara internal maupun eksternal.

Kepercayaan (Believability)

Kedua, dari aspek believability (kepercayaan), press release ini didukung oleh penggunaan sumber yang kredibel. Hal ini ditunjukkan melalui pencantuman kutipan dari tokoh-tokoh yang memiliki otoritas dan posisi strategis, yaitu Direktur Utama Mitratel, Theodorus Ardi Hartoko, serta Ketua BAZNAS RI, Prof. Dr. K.H. Noor Achmad, M.A. Kredibilitas kedua tokoh tersebut memperkuat tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan.

Kutipan yang disajikan dalam press release juga dapat diverifikasi melalui dokumentasi video pada kanal YouTube BAZNAS, sehingga menunjukkan kesesuaian

antara pernyataan tertulis dan pernyataan lisan. Hal ini menjadi indikator penting dalam menilai keabsahan informasi. Di sisi lain, karakteristik press release sebagai produk public relations yang bertujuan membangun citra positif menyebabkan informasi yang disampaikan cenderung bersifat positif dan tidak menampilkan unsur kontroversial. Oleh karena itu, aspek keseimbangan (balance) dalam konteks jurnalistik tidak menjadi fokus utama, melainkan lebih pada penyampaian informasi yang faktual dan dapat dipercaya. Dengan demikian, press release tersebut memenuhi unsur believability melalui penggunaan sumber yang kredibel dan dapat diverifikasi.

Kelengkapan (Completeness)

Ketiga, dari aspek completeness (kelengkapan), press release BAZNAS RI menunjukkan pemenuhan unsur kelengkapan informasi baik dari segi isi maupun sumber. Dari segi isi, press release telah memenuhi unsur 5W+1H, yaitu what, who, where, when, why, dan how. Informasi mengenai kegiatan (what), pihak yang terlibat (who), lokasi distribusi (where), waktu pelaksanaan (when), tujuan kegiatan (why), serta proses pelaksanaan (how) disajikan secara sistematis dalam struktur berita.

Dari segi sumber, kelengkapan ditunjukkan melalui variasi kutipan yang digunakan, baik kutipan langsung maupun tidak langsung. Penulisan sumber juga dilengkapi dengan identitas tokoh secara jelas, meliputi nama, gelar, dan jabatan. Jika dibandingkan dengan konten pada YouTube BAZNAS, press release cenderung menyajikan informasi sumber yang lebih lengkap, khususnya dalam pencantuman identitas tokoh. Variasi dan kelengkapan kutipan ini memperkaya informasi serta meningkatkan kredibilitas pesan yang disampaikan.

Secara keseluruhan, ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa press release BAZNAS RI memiliki tingkat kredibilitas yang baik. Keakuratan informasi, penggunaan sumber yang terpercaya, serta kelengkapan unsur berita menjadi faktor utama yang mendukung kredibilitas tersebut. Dengan demikian, press release tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, melainkan sebagai instrument strategis dalam membangun kepercayaan publik terhadap lembaga.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai kredibilitas press release program perayaan Idul Adha 1444 H yang disusun oleh praktisi public relations BAZNAS RI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa press release berjudul "Rayakan Idul Adha, Mitratel Bersama BAZNAS Salurkan 3.467 Paket Daging Kurban" telah memenuhi tiga unsur utama kredibilitas, yaitu accuracy, believability, dan completeness.

Aspek accuracy tercermin dari kesesuaian informasi yang disampaikan dalam press release dengan berbagai media lain, termasuk konten pada YouTube BAZNAS TV, serta konsistensi antarstruktur berita yang meliputi headline, lead, dan body. Selanjutnya, aspek believability ditunjukkan melalui pencantuman kutipan dari tokoh-tokoh kredibel yang memiliki posisi strategis, baik dari pihak BAZNAS RI maupun mitra kerja sama. Sementara itu, aspek completeness terlihat dari terpenuhinya unsur 5W+1H dalam penyajian berita serta kelengkapan sumber kutipan yang mencakup identitas tokoh secara rinci, seperti nama, gelar, jabatan, dan substansi pesan yang disampaikan. Dengan demikian, press release tersebut dapat dikategorikan sebagai informasi yang kredibel dalam mendukung pembentukan citra positif lembaga.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, keterbatasan dalam melakukan verifikasi data secara langsung (offline) sehingga pengujian aspek accuracy hanya dilakukan melalui perbandingan sumber-sumber yang

tersedia secara online. Kedua, terdapat keterbatasan dalam pemilihan dan penyesuaian konsep teoritis yang secara spesifik membahas kredibilitas press release, sehingga analisis masih mengadaptasi konsep yang relevan dari kajian yang lebih umum.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat melakukan verifikasi data secara lebih komprehensif melalui metode offline, seperti wawancara, survei, atau observasi langsung untuk memperkuat aspek accuracy. Selain itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan atau mengembangkan kerangka teoritis yang lebih spesifik terkait kredibilitas press release agar analisis yang dihasilkan menjadi lebih mendalam dan kontekstual sesuai dengan objek kajian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. K. (2017). *Dakwah bil Qalam Ustadz Ismail Idris Musthafa di Nusantara* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel). <https://core.ac.uk/download/pdf/196141515.pdf>
- Amalia, N. (2021). *Penyuntingan Naskah*. Umsu Press.
- Anggoro, M. L. (n.d.). *Teori & Profesi Kehumasan, serta Aplikasinya di Indonesia*.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020). *BAZNAS Raih Fundraising Digital Terbaik di IFA 2020*. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Raih_Fundraising_Digital_Terbaik_di_IFA_2020/611
- Badan Amil Zakat Nasional. (2023). *BAZNAS Raih Dua Penghargaan Internasional Global Good Governance Awards 2023*. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Raih_Dua_Penghargaan_Internasional_Global_Good_Governance_Awards_2023/1504
- Badan Amil Zakat Nasional. (2023). *BAZNAS Raih Penghargaan Indonesia Innovation Awards 2023*. https://baznas.go.id/news-show/BAZNAS_Raih_Penghargaan_Indonesia_Digital_Customer_Engagement_Champions_in_Services_Industry_2023/1588
- Badan Amil Zakat Nasional. (2023). *BAZNAS Raih Penghargaan Indonesia Innovation Awards 2023*. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Raih_Penghargaan_Indonesia_Innovation_Awards_2023/1553
- Badan Amil Zakat Nasional. (2023, November 1). *BAZNAS Raih Penghargaan Anugerah Syariah Republika 2019*. https://baznas.go.id/news-show/BAZNAS_Raih_Penghargaan_Anugerah_Syariah_Republika_2019/388
- Badan Amil Zakat Nasional. (2023, November 1). *Raih GIFA Awards 2023, BAZNAS Komitmen Tingkatkan Pengumpulan dan Pendistribusian Zakat*. https://baznas.go.id/news-show/Raih_GIFA_Awards_2023,_BAZNAS_Komitmen_Tingkatkan_Pengumpulan_dan_Pendistribusian_Zakat/1653
- BAZNAS RI. (2023, Juni 14). *BAZNAS Se-Indonesia Siap Layani Kurban*. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_se-Indonesia_Siap_Layani_Kurban/1526
- BAZNAS RI. (2023, Juni 18). *BAZNAS Ajak Masyarakat Berkurban dan Entaskan Stunting*. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Ajak_Masyarakat_Berkurban_dan_Entaskan_Stunting/1536
- BAZNAS RI. (2023, Juni 28). *Balai Ternak BAZNAS Siapkan Hewan Kurban Terbaik*. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Balai_Ternak_BAZNAS_Siapkan_Hewan_Kurban_Terbaik/1554
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations* (9th ed.). Prenada Media.
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Prenadamedia Group.
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2000). Perceptions of Internet Information Credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77 (3), 515-540. <https://doi.org/10.1177/107769900007700304>

- Hamidiyah E., Margono, B., & R. (2020). 20 Tahun BAZNAS: Sebuah Perjalanan Kebangkitan Zakat. Puskas BAZNAS.
- Harianto, Y.A. (2022). Penulisan Artikel Dakwah Berbasis Struktur Argumentasi Toulmin. *Inteleksia*, 4(1), 51–70. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v4i1.221>
- Haryono, C. G. (2020). Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. CV Jejak.
- Kriyantono, R. (2021). Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah. Kencana.
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013): Credibility and Trust Information in Online Environments. *Journal of Pragmatics*, 59, 210–220. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.012>
- Milyane, T., et al. (2022). Pengantar Ilmu Komunikasi. Widina Bhakti Persada.
- Muslimin, K. (2021). *Jurnalistik Dasar*. Unisnu Press.
- Onggo, B. (2004). *Cyber Public Relations*. PT Elex Media Komputindo.
- Qorib, A., & Saragih. M. Y. (2019). *Jurnalistik Islam*. Guepedia.
- Sari, A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Deepublish.
- Shihab. M. Q. (1996). *Membumikan Al-Qur'an*. Mizan.
- Suhandang, K. (2016). *Pengantar Jurnalistik*. Nuansa Cendekia.
- Taniarza, R. (2017). *Pengelolaan Informasi melalui Website Dinas Tanaman Pangan dan Holtikultura (Skripsi)*. UIN Sunan Gunung Djati.
- Wardani, D. J. (2022). *Peran Press Release dalam Membangun Citra BAZNAS DKI Jakarta (Skripsi)*. Institut Pertanian Bogor.
- Widodo, R. (2012). *Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita Online vivanews.com (Skripsi)*. Universitas Diponegoro.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom* 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>.