



## PERAN WEBSITE DALAM MENINGKATKAN CITRA PT SEMEN BATURAJA Tbk (Studi Web : <https://.semenbaturaja.co.id> )

**Muhammad Anugrah Fadli**

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang  
e-mail: 2130701164@radenfatah.ac.id

### ABSTRACT

*This research carries about the use of the website used by PT Semen Baturaja Tbk in maintaining the Company's positive image in the eyes of the community. This researcher aims that this research can provide benefits for readers as material, thoughts, input, information, research and recommendations made by students, especially for the Communication Science Study Program. The method used in this research is descriptive qualitative method, data collection in this study using interview, observation, and documentation methods. The theory used in this research is new media theory. The results of this study are that the website is an effective tool in building a positive image by sharing good news and using complete features.*

**Keywords:** Web: <https://.semenbaturaja.co.id>, PT Semen Baturaja Tbk, Image

### ABSTRAK

Penelitian ini mengungkap tentang penggunaan website yang digunakan oleh PT Semen Baturaja Tbk dalam mempertahankan citra Positif Perusahaan di mata masyarakat. Peneliti ini bertujuan agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi yang para pembaca sebagai bahan, pemikiran, masukan ,informasi, penelitian dan rekomendasi yang dilakukan mahasiswa khususnya bagi Prodi Ilmu Komunikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, obsevasi, dan juga dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori media baru. Hasil penelitian ini adalah bahwa website merupakan sarana yang efektif dalam membangun citra yang positif dengan membagikan berita-berita yang baik dan penggunaan fitur yang lengkap.

**Kata Kunci:** Web: <https://.semenbaturaja.co.id>, PT Semen Baturaja Tbk, Citra

### 1. PENDAHULUAN

Karena adanya perkembangan teknologi yang semakin hari semakin meningkat pesat di era globalisasi, penggunaan internet sangat penting. Saat ini internet tidak hanya dilakukan sebagai media komunikasi dan bertukar informasi saja namun juga dimanfaatkan untuk dunia bisnis. Terlebih dalam era digital sekarang ini, perusahaan



semakin menyadari pentingnya citra perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka. Karena citra perusahaan itu melambangkan nilai-nilai, visi, dan identitas perusahaan yang mempengaruhi persepsi dan preferensi pelanggan, mitra bisnis, serta pemangku kepentingan lainnya. Salah satu alat yang digunakan perusahaan dalam membangun dan memperkuat citra adalah melalui website perusahaan. (Juwita, 2017)

Website perusahaan merupakan saluran informasi yang saat ini telah berkembang menjadi platform interaktif sehingga website memungkinkan perusahaan berinteraksi secara langsung dengan khalayak. Website dapat digunakan untuk media pemasaran, informasi, pendidikan, komunikasi, dan promosi.<sup>1</sup> Dalam hal ini, website dapat menjadi wadah yang sangat cocok untuk mengenalkan kepada masyarakat luas tentang budaya perusahaan, serta mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap merek. Apalagi saat ini, informasi dapat dengan cepat menyebar melalui internet.

Peran website dalam membangun citra perusahaan adalah hal yang benar-benar signifikan dalam era digital sekarang ini. Karena website memiliki akses global yang dapat diakses oleh siapa saja sehingga perusahaan dapat menciptakan citra yang kuat dan menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui website juga, perusahaan memiliki kebebasan penuh dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Website memberi akses interaksi dua arah antara perusahaan dan audiens. Keprofesionalan dan informatifnya website menjadi nilai plus dan meningkatkan nilai kredibilitas perusahaan di mata konsumen. Terbukanya informasi, sertifikasi, dan ulasan pelanggan dapat membangun kepercayaan. Dengan website, perusahaan dapat memperkuat branding dan identitas. Informasi perusahaan yang tersedia sepanjang waktu penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin mencari informasi kapan saja. Strategi pengelolaan dan pengembangan situs web penting untuk menciptakan pengalaman yang positif bagi pengunjung dan memastikan bahwa pesan dan nilai-nilai perusahaan tercermin dalam setiap aspek situs web.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting website dalam menjaga dan membangun citra PT Semen Baturaja Tbk, dengan fokus pada interaksi antara fitur-fitur website, konten yang diberikan, dan pandangan masyarakat terhadap citra perusahaan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan-perusahaan dalam merancang dan mengelola website mereka. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang peran website, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik mereka, membangun kepercayaan, dan mencapai tujuan bisnis mereka dengan lebih efektif.

Artikel ini akan menguraikan metodologi penelitian, menganalisis temuan-temuan utama, dan merinci implikasi temuan tersebut. Melalui eksplorasi ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman tentang bagaimana website dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun citra perusahaan yang kuat dan positif di era digital ini.

---

<sup>1</sup> Perancangan website sebagai media promosi dan informasi. Penda sudarto hasugian. Maret 2018. Vol.3.no.1



Penelitian ini akan menjelajahi aspek yang mempengaruhi hubungan antara website dan citra perusahaan serta menganalisis faktor faktor yang menjadi penentu keberhasilan website dalam menciptakan citra yang positif bagi perusahaan.

Teori media baru merupakan teori yang tepat untuk penelitian ini , karena teori media baru membahas tentang perkembangan media.yang mana penelitian ini membahas tentang website yang merupakan media internet dan juga merupakan media baru.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hakikat penelitian kuantitatif yaitu suatu teknik untuk memahami keunikan, dinamika dan sifat keseluruhan dari kehadiran dan interaksi manusia dengan lingkungan dan dengan situasi sosial historis. (Ardianto, 2010). Penelitian ini menggambarkan bagaimana PT Semen Baturaja Tbk menggunakan media online (website) dan media sosial dengan tujuan untuk meningkatkan citra positif PT Semen Baturaja Tbk.

Dalam proses pengumpulan data selama penelitian dalam pembahasan ini digunakan tiga metode yaitu wawancara, dokumentasi dan observasi yang dilakukan terhadap Media Relations PT Semen Baturaja Tbk selama 45 hari. Tujuan dari penelitian ini meliputi: Petugas Humas PT Semen Baturaja Tbk (adalah operator media online dan jejaring sosial di PT Semen Baturaja Tbk). Dimana wawancara tersebut meliputi identifikasi foto/kegiatan yang digunakan untuk mempromosikan PT Semen Baturaja Tbk serta dampak positif masyarakat terhadap publikasi tersebut, dibuktikan dengan banyaknya likes. Dari hasil wawancara, dokumen, dan observasi yang dilakukan kepada Media Relations selama 45 hari magang di PT Semen Baturaja Tbk diharapkan dapat membangun citra positif PT Semen Baturaja Tbk.

Teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Teori Media Baru. Teori Media Baru sendiri adalah teori yang membahas tentang perkembangan media. Ciri utama dari media baru adalah adanya saling keterhubungan, setiap khalayak memiliki akses sebagai penerima atau pengirim pesan, sebagai karakter yang terbuka memiliki kegunaan yang beragam, memiliki interaktivitas, dan sifatnya yang ada di mana saja.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. PT. Semen Baturaja Tbk



**Gambar 1 . Tampilan Website Profil Perusahaan**

Pada tahun 1974 tepatnya 14 november , lahirlah PT Semen baturaja (Persero) yang didirikan oleh PT semen Gresik dan PT Semen Padang. PT Semen Padang memiliki saham sebesar 55% dan PT Semen Gresik sebesar 45%. Berjalan lima tahun, Tepatnya pada tanggal 09 November 1979, Perseroan berubah dari Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) Menjadi persero Dengan Struktur Saham Yang dimiliki 88% oleh Pemerintah Republik Indonesia, Terjadi perubahan yaitu PT Semen Gresik Hanya memiliki 5% saham dan PT Semen Padang 7%. Pada tahun 1991, seluruh saham Perseroan diakuisisi oleh Pemerintah Republik Indonesia. Setelah itu, PT Semen Baturaja terus berkembang dan PT Semen Baturaja (Persero) berubah status menjadi perusahaan publik dan berganti nama menjadi PT Semen Baturaja (Persero) Tbk, tepatnya pada tanggal 14 Maret 2013.

Pada Tahun 2022 Menjadi tonggak Penting bagi PT Semen Baturaja, Karena Proses Integrasi PT Semen Baturaja Ke dalam PT Semen Indonesia Grup (Persero) Tbk (SIG) setelah semua tahapan Pembentukan Klaster Semen Perseroan Berhasil. Tepat pada tanggal 19 Desember 2022 induk Perusahaan menandatangani akta pengalihan saham antara Pemerintahan Republik Indonesia dengan PT Semen Indonesia Grup (Persero) Tbk Sebesar 7.499.999. Saham Rangkaian B adalah milik Negara Republik Indonesia. PT Semen Baturaja telah mengalihkan kepemilikannya Terkait status saat ini Kepada PT Semen Indonesia Grup (Persero) Tbk (SIG). Dan sekarang PT Semen Baturaja Menjadi Perusahaan non-Persero berubah menjadi PT Semen Baturaja Tbk. (Persero) Tbk sehingga

statusnya menjadi saat ini. PT Semen Baturaja berubah menjadi Non-Persero menjadi PT Semen Baturaja Tbk. (<https://semenbaturaja.co.id>)

## b. Media Online (Website)



*Gambar 3. Tampilan Website*

<https://semenbaturaja.co.id> adalah web dari Pt Semen Baturaja Tbk yang merupakan tempat mengakses informasi, sertifikasi dan ulasan pelanggan. Dalam membangun dan meningkatkan awarness humas harus fokus dalam mengupdate berita berita terbaru. Website menjadi media komunikasi pada PT Semen Baturaja. Website ini merupakan upaya untuk memberikan layanan dan informasi virtual.

Selain media sosial, website sendiri di bentuk agar suatu perusahaan dapat dikenal oleh Masyarakat. Kemenarikan fitur yang diberikan dan kejelasan dalam penulisan berita menjadi daya Tarik konsumen untuk mengakses informasi dari website. Terdapat fitur chat pada display website yang lebih memudahkan konsumen untuk mencari informasi pada PT Semen Baturaja Tbk. Selain itu juga website dari semen batu raja sendiri telah terhubung dengan akun sosial media lainnya seperti Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube yang tercantum di dalam website sehingga hal ini memudahkan khalayak dalam mengakses sosial media yang dimiliki oleh PT Semen Baturaja Tbk.

Selain informasi yang berada di dalam website, tampilan dari website juga merupakan suatu hal yang penting. Website dari PT Semen Baturaja Tbk ini sendiri terdapat logo yang akan langsung terlihat apabila website tersebut dibuka, yang mana logo tersebut memiliki maknanya tersendiri.

Logo yang digunakan oleh PT Semen Baturaja ini menggambarkan tiga gajah yang melambangkan tiga cabang PT Semen Baturaja yang berada di Palembang,



Baturaja, dan Lampung. Warna corporate yang digunakan pada logo PT Semen Baturaja adalah warna putih, hijau, hijau tua, dan juga merah.

Website ini didirikan oleh PT. Semen Baturaja berupaya memberikan layanan dan informasi yang diperlukan kepada konsumen secara online. Oleh karena itu, Website ini memberikan konsumen cara yang efisien untuk memperoleh informasi tentang PT. Semen Baturaja Tbk, Website merupakan sarana komunikasi pertama yang dicari seseorang ketika membutuhkan informasi mengenai suatu bisnis atau organisasi. Jadi, setiap bisnis saat ini memiliki cara sempurna untuk berkomunikasi dengan membuat situs web. (<https://.semenbaturaja.co.id>)

**c. Website sebagai Sarana Pembentukan Citra Positif PT. Semen Batu Raja Tbk**

No.	Pertanyaan	Narasumber	Jawaban
1.	Bagaimana website menjadi saluran utama bagi publik dan pelanggan untuk mendapatkan informasi terbaru tentang perusahaan, produk, layanan, dan berita terkini?	Ade Satria	Melalui konten yang relevan, perusahaan harus memiliki website agar dikenal kalau tidak memiliki website khalayak tidak mengetahui perusahaan apa. Minimal mempunyai media sosial, namun agar lebih dipercaya orang, website sangat dibutuhkan dengan desain yang bagus dan informasi yang jelas menjadi nilai tambah untuk perusahaan.
2.	Bagaimana website bisa menjadi platform interaksi dengan pelanggan termasuk layanan pelanggan online, formulir kontak, forum diskusi, dan fitur chat?	Ade Satria	PT. Semen Baturaja adalah perusahaan yang dibentuk untuk memproduksi dan menjual semen. Melalui website yang didalamnya terdapat nomor telepon call center, konsumen dapat mendapatkan informasi seputar penjualan.
3.	Bagaimana website digunakan untuk mendukung kampanye branding termasuk pemilihan warna, logo, dan elemen desain yang	Ade Satria	Penggunaan Brand Guidelines ditujukan supaya customer mengingat perusahaan. Logo yang digunakan oleh PT Semen Baturaja ini menggambarkan



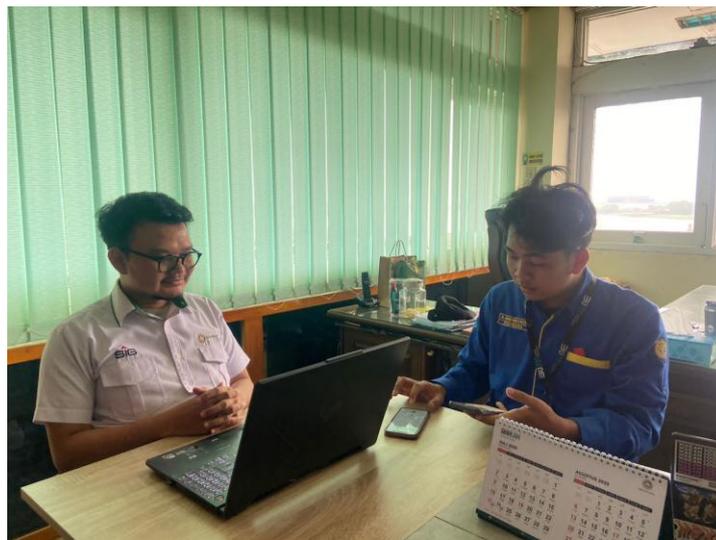
	konsisten dengan citra perusahaan?		tiga gajah yang melambangkan tiga cabang PT Semen Baturaja yang berada di Palembang, Baturaja, dan Lampung. Warna corporate yang digunakan pada logo PT Semen Baturaja adalah warna putih, hijau, hijau tua, dan juga merah.
4.	Bagaimana website terintegrasi dengan platform media sosial untuk membangun komunitas online dan meningkatkan keterlibatan pelanggan?	Ade Satria	Media sosial dibutuhkan untuk memberikan informasi secara efektif dan efisien, oleh karena itu di dalam website tersebut ditambahkan media sosial yang dapat diakses oleh siapapun. Website semen baturaja juga diatur oleh POJK.
5.	Bagaimana website perusahaan dapat memperlihatkan komitmen terhadap nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial perusahaan?	Ade Satria	di website terdapat menu tanggungjawab sosial dan lingkungan (TJSL) yang merupakan program kementrian. Jadi, perusahaan BUMN atau anak perusahaan BUMN wajib memberikan dampak kontribusi kepada masyarakat.
6.	Bagaimana website mengkomunikasikan pencapaian dan investasi perusahaan untuk memperkuat citra sebagai pemimpin di Industri?	Ade Satria	PT Semen Baturaja menampilkan berita terbaru seperti kegiatan yang ada di perusahaan agar orang yang mengakses website dapat mengetahui kabar-kabar terbaru dan juga pencapaian yang berada di PT Semen Baturaja. Fungsinya adalah untuk menaikkan reputasi dan citra perusahaan. jika tidak ada pengupdate an



			<p>berita orang tidak akan tahu,karena PT semen Baturaja Adalah perusahaan public tang Tbk Itu sangat mempengaruhi nilai saham. Jika terjadi Berita Negatif Juga Mempengaruhi nilai Saham.Makanya Media media harus di manage.</p>
8.	<p>Bagaimana integrasi media sosial pada website membantu memperluas jangkauan dan keterlibatan serta membangun citra yang lebih inklusif?</p>	<p>Ade Satria</p>	<p>Dilihat Data yang ada sosial media lebih banyak digunakan , Website PT Semen Baturaja formal, untuk iklan apemasaran seperti Cash back , promo dll di website juga ditampilkan Tetapi Impact Yang diberikan tidak sebesar sosial media , Tapi pada tampilan sosial media ditambahkan link website</p>
9.	<p>Bagaimana website perusahaan dapat menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan berkesan untuk mendukung pembentukan citra yang baik?</p>	<p>Ade Satria</p>	<p>tampilan website PT Semen Baturaja Tbk Dulu Kurang menarik,kalau sekarang udah di update mengikuti perkembangan zaman ,disgn tampilan juga semakin minimalis,Menarik dan enak dilihat.pemberitaan yang diberikan harus jelas,dan harus menyesuaikan peraturan dari OJK.sebagai perusahaan Tbk ( Terbuka) jadi harus Transparan</p>
10.	<p>bagaimana penggunaan testimoni ulasan dari study kasus di web dapan membantu membangun kepercayaan dan reputasi perusahaan?</p>	<p>Ade Satria</p>	<p>berdampak besar seperti ulasan tukang , ulasan distributor lebih ke google review.Untuk pertanyaan pertanyaan biasanya khalayak DM Instagram dan jawab melalui cht instagram , Tetapi jika pembahasan</p>



			tentang Perekrutan , Magang beli semen biasanya langsung di alihkan ke website
11.	Ketika ada isu isu negatif ke perusahaan Apa yang akan dilakukan?	Ade Satria	pada tahun 2021 ada lowonga kerja palsu, banyak orang tertipu dengan lowongan kerja palsu tersebut .klarifikasi dilakukan diumumkan di website . dengan tinjauan hati hati lowongan kerja palsu , karna PT Semen Baturaja Tbk Jika Open Rekrutemnt pasti di update di Website



*Gambar 4. Dokumentasi Wawancara*

Media online seperti website di PT Semen Baturaja Tbk pada dasarnya berfungsi sebagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan sebagai alat untuk menyebarkan informasi yang berhubungan dengan PT Semen Baturaja Tbk kepada khalayak



sebanyak mungkin, dalam penyebaran informasi tersebut tumbuh banyak penilaian di masyarakat mengenai PT Semen Baturaja Tbk.

Melalui website, <https://.semenbaturaja.co.id> dapat memberikan pemberitaan yang menggugah masyarakat untuk memunculkan opini yang baik dan positif terhadap PT Semen Baturaja Tbk. Karena berita yang diterbitkan di website ini adalah Kumpulan Insiden yang hendak terjadi dan Usai terjadi, maka isi berita yang di muat ke dalam website dapat memberikan poin positif mengenai kegiatan yang diselenggarakan oleh PT Semen Baturaja Tbk.

Pada display website terdapat berbagai macam informasi, seperti profil Perusahaan, produk, tata Kelola, investor, keberlanjutan, media, dan karir sehingga para konsumen atau pengunjung website mendapatkan informasi yang lengkap. PT Semen Baturaja sendiri memperlihatkan berbagai macam prestasi yang diraih melalui berita-berita yang ditampilkan di laman utama website tersebut dengan tujuan Masyarakat sadar akan perkembangan yang ada di PT Semen Baturaja Tbk sehingga pandangan atau citra dari Perusahaan dapat meningkat. Dengan begitu tujuan utama dari Perusahaan yaitu mengenalkan PT Semen Baturaja itu seperti apa dan mendapatkan pengakuan Masyarakat tentang PT Semen Baturaja yang positif tercapai, karena kondisi itu merupakan hal yang sangat penting bagi SMBR.

Dengan menampilkan nilai-nilai positif PT Semen Baturaja Tbk, secara tidak langsung perusahaan ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap PT Semen Baturaja, sehingga dapat terbentuk citra positif sesuai dengan apa yang dihadirkan PT Semen Baturaja dalam visual marketing. Contohnya seperti menu "Lapor" atau pengaduan online yang terdapat di dalam website tersebut, menu "Lapor" ini menjadi sebuah pembentukan citra bahwa PT Semen Baturaja merupakan Perusahaan yang tegas dan sigap dalam menindaklanjuti perbuatan-perbuatan yang tidak dibenarkan. Dalam proses pengaduan ini PT Semen Baturaja bekerja sama dengan Whistleblowing System (WBS). (*Narasumber : Ade Satria*)

Selain menu pengaduan, website ini juga menawarkan menu "Investor" yang mana pada menu ini semuanya diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK). Hal ini dapat memberikan kesan kepada masyarakat bahwa PT Semen Baturaja adalah perusahaan yang transparan.

Dapat dikatakan bahwa citra PT Semen Baturaja sesuai dengan apa adanya, insan PT Semen Baturaja dapat menuai bahwa citra tersebut dipakai tidak hanya di dunia Internet tetapi di dunia nyata juga, media informasi online (Web website) tidak sekedar PALSU. namun juga insiders image terhadap pandangan eksternal perusahaan, terkadang gambaran spekulatif seringkali dianggap tidak akurat, dimana keadaan sebenarnya bertolak belakang dengan apa yang dibayangkan oleh PT Semen Batu Raja, namun image yang diinginkan adalah image yang diinginkan oleh manajemen, seringkali yang mereka harapkan akan terjadi. menjadi lebih baik, lebih baik dan lebih indah dari citra yang ada, dimana konsumen dapat mempersepsikan citra indah yang mirip dengan citra yang



diberitakan oleh PT Semen Baturaja dari media, bahkan lebih baik dari yang digambarkan oleh PT Semen Baturaja.

Pembawaan informasi dari PT Semen Baturaja dirancang dalam pemilihan kata yang sangat diperhatikan. Hal tersebut Berhubungan dengan tugas dari Hubungan Masyarakat (Humas) untuk menggiring pandangan khalayak sehingga SMBR bisa dipandang sesuai dengan apa yang usai dibangun oleh PT Semen Baturaja sendiri. Setiap berita yang ditulis oleh Hubungan Masyarakat dan dibagikan melalui media online maupun media sosial harus mempunyai nilai berita yaitu actual, factual, penting, dan menarik. Sehingga berita yang dikemas dan dibagikan haruslah dapat menjelaskan bahwa PT Semen Baturaja sesuai dengan citra yang selama ini dibangun. (*Narasumber: Ade satria* )

#### 4. PENUTUP

Media online, seperti website PT Semen Batu Raja Tbk, berfungsi sebagai saluran komunikasi untuk memberikan informasi terkait perusahaan kepada publik. Informasi ini sering disampaikan dalam pertemuan-pertemuan publik mengenai PT Semen Batu Raja Tbk. Situs web ini memberikan opini yang berharga dan positif tentang perusahaan, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti profil perusahaan, produk, sejarah perusahaan, investor, media, dan reputasi.

Situs web ini juga memiliki bagian "Lapor" yang menyoroti PT Semen Batu Raja sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dan transparan dalam menerapkan kebijakan-kebijakannya. Bagian ini merupakan bagian dari proses Sistem Pelaporan Pelanggaran (Whistleblowing System/WBS). Selain itu, situs web ini juga memiliki bagian "Investor" yang mencakup topik-topik seperti Pelaporan Tahunan dan Keuangan, Proposal untuk perusahaan, Penurunan Suku Bunga, Informasi Bunga dan Kewajiban, Data Dividen, Tata Kelola Perusahaan, Presentasi perusahaan, dan Pembagian Informasi mengenai Peraturan Konsumen Sektor Jasa Keuangan (POJK).

Situs web ini juga menyediakan bagian "wished image", yang merupakan dokumen yang diminta oleh manajemen dan harus lebih baik dari apa yang disajikan oleh perusahaan. Jenis konten seperti ini biasanya lebih baik dan lebih relevan bagi konsumen, karena dapat lebih mudah dipahami dan disebarluaskan melalui media.

Informasi yang disediakan oleh PT Semen Baturaja didasarkan pada berbagai sumber, termasuk sumber internal dan eksternal. Situs web harus menyediakan informasi yang aktual, faktual, penting, dan akurat, sehingga

Website PT Semen Baturaja Tbk sudah cukup baik namun, jika PT Semen Baturaja Tbk membuat menu kritik dan saran yang dapat diakses oleh konsumen sehingga dapat dijadikan acuan untuk Berkembang. Dengan adanya menu kritik dan saran maka PT Semen Baturaja akan dipandang sebagai perusahaan yang menerima masukan dari konsumen



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

Ardianto,E.(2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Simbiosia

Rekatama Media

Nasullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja

Rosdakarya

Durianto, D. (2013). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Rosady, R. (2010). *Managemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja

Grafindo Persada

Rosady, R. (2002). *Praktik Dan Solusi Public Relatins dalam Situasi Kritis Dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Ghaltha

Indonesia

Jefkins,F.. (2003). *B* . Jakarta: Erlangga

### Sumber Jurnal:

Darmatuti,R,& Wijaya,L.S. (2009).*Strategi Komunikasi Public Relations (PR) di Perguruan Tinggi Swasta di*

*Jawa Tengah Dalam Rangka Membangun Hubungan Baik dengan Media dan Dalam Upaya Meningkatkan Publisitas*. Repository.uksw.edu

Juwita R (2017) *Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporate*, Jurnal Penelitian Komunikasi Vol 20

No. 1 Hal 47- 60

Aprianata, Yosua Jefri (2018) *Penggunaan Website Dan Sosial Media dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi*. Vol 7 No. 2 Hal 196 – 201

### Sumber Website:

<https://semenbaturaja.co.id/>

### Sumber Wawancara Langsung :

Satria, Ade. (2023). "Peran Website dalam Meningkatkan Citra PT Semen Baturaja Tbk". *Hasil Wawancara Pribadi*: 16 Agustus 2023, Kantor ;,PT Semen Baturaja Tbk.