CITACONOMIA : Economic and Business Studies

Volume 5 No.1
ISSN: 2963-492x
The article is published with OpenAccess at:
https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex

MENAVIGASI KEDAULATAN DIGITAL: MODEL DIPLOMASI-HIBRIDA DALAM MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS DI ERA DISRUPSI TELEKOMUNIKASI SATELIT

Khairunnisa Nur Alifah[1], Sintia Rahmatasia[2], Lovina Hillan Tsaqila[3], Pramudya Ibnu Subrata[4]
[1,2,3,4]Universitas Slamet Riyadi, Surakarta
Email: nisakharina230@gmail.com

Abstrak: *Penetrasi cepat teknologi satelit Low Earth Orbit (LEO) Starlink di Indonesia telah memicu gangguan signifikan dalam lanskap telekomunikasi nasional, yang menimbulkan konflik antara inovasi global dan proteksionisme lokal. Artikel konseptual ini mengkaji transformasi strategis Hubungan Masyarakat (PR) dari fungsi komunikasi tradisional menjadi instrumen diplomasi korporat yang canggih. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan berlandaskan Teori Keunggulan Pemangku Kepentingan, studi ini menganalisis bagaimana para pengganggu global menavigasi lingkungan regulasi yang kaku dan nasionalisme ekonomi. Temuan menunjukkan bahwa keberhasilan Starlink bukan hanya hasil dari keunggulan teknologi tetapi didorong oleh model "Diplomasi Hibrida". Model ini mengintegrasikan keselarasan politik dengan tujuan negara tuan rumah, pergeseran narasi strategis melalui pemanfaatan persona "CEO Selebriti", dan ko-kompetisi strategis dengan pemangku kepentingan lokal. Studi ini mengusulkan kerangka kerja konseptual baru di mana praktisi PR bertindak sebagai arsitek hubungan kekuasaan, menyinkronkan agenda korporat dengan target transformasi digital nasional untuk mengamankan "Lisensi Sosial untuk Beroperasi". Penelitian ini menyimpulkan bahwa di industri teknologi tinggi, legitimasi politik seringkali melampaui persetujuan pasar konvensional. Penelitian empiris di masa mendatang direkomendasikan untuk memvalidasi kerangka kerja ini di berbagai sistem politik dan untuk mengisolasi pengaruh branding kepemimpinan dari strategi PR organisasi.*

Kata Kunci: *Diplomasi Korporat, Hubungan Masyarakat, Starlink, Kedaulatan Digital, Keunggulan Pemangku Kepentingan, Diplomasi Hibrida, Gangguan Telekomunikasi*

.

PENDAHULUAN

Lanskap telekomunikasi di Indonesia saat ini sedang mengalami periode disrupsi yang signifikan, yang terutama dipicu oleh masuknya Starlink sebagai penyedia layanan internet satelit dengan teknologi Low Earth Orbit (LEO). Kehadiran entitas global ini dipandang sebagai ancaman serius bagi dominasi pemain terestrial yang telah lama mapan. Meskipun pemerintah pusat melegitimasi kehadiran operasional Starlink dengan menekankan pada akselerasi konektivitas digital di wilayah tertinggal, terdepan, dan terluar (3T), langkah ini menghadapi resistensi tajam dari para pelaku industri lokal. Konflik tersebut menyoroti ketegangan kritis antara adopsi teknologi yang cepat dan upaya pelestarian infrastruktur telekomunikasi domestik yang sudah ada.

Diwakili oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), para pemangku kepentingan lokal telah menyuarakan kekhawatiran mendalam terkait kurangnya keadilan dalam aturan main (level playing field) serta potensi monopoli pasar. Resistensi

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

tersebut merupakan manifestasi dari proteksionisme ekonomi yang bertujuan untuk menjaga kedaulatan digital bangsa. Dari perspektif manajemen komunikasi, fenomena ini menggambarkan benturan kepentingan yang kompleks, di mana legitimasi operasional bukan sekadar masalah kepatuhan teknis, tetapi sangat bergantung pada perolehan Izin Sosial untuk Beroperasi (*Social License to Operate*) di tengah iklim nasionalisme ekonomi yang kuat.

Meskipun intensitas penetrasi pasar ini begitu besar, terdapat kelangkaan literatur Public Relations (PR) yang secara spesifik membedah strategi perusahaan teknologi global dalam menavigasi pasar yang sangat terproteksi dan teregulasi. Hal ini mengidentifikasi adanya celah teoretis yang signifikan dalam memahami bagaimana fungsi urusan publik korporat (corporate public affairs) ditransformasikan menjadi instrumen diplomasi korporat . Sangat penting untuk melakukan analisis mendalam mengenai bagaimana resistensi dari pemangku kepentingan lokal dapat diredam melalui negosiasi strategis tingkat tinggi dan manajemen narasi.

Artikel konseptual ini mengembangkan sebuah kerangka kerja baru yang disebut Diplomasi Agresif dalam manajemen PR untuk menjelaskan pola adaptasi para disruptor global menghadapi dinamika politik lokal. Keberhasilan entitas tersebut seringkali bergantung pada kemampuan mereka dalam mengelola reputasi global sambil menavigasi disrupsi spesifik yang melekat pada kebijakan telekomunikasi nasional. Pendekatan ini menunjukkan bahwa hubungan media tradisional harus berevolusi menjadi bentuk manajemen hubungan dan narasi yang lebih canggih guna menjembatani kesenjangan antara inovasi global dan proteksionisme lokal .

Pada akhirnya, sinkronisasi antara agenda korporat dan target strategis negara tuan rumah ditekankan sebagai determinan utama bagi keberlanjutan bisnis di pasar negara berkembang. Dengan menyelaraskan diri pada kepentingan nasional seperti transformasi digital dan ketahanan krisis, para disruptor global dapat mengamankan posisi mereka dalam ekosistem lokal. Studi ini menyimpulkan bahwa komunikasi strategis harus berfungsi sebagai jembatan yang menyelaraskan tujuan inovatif korporasi dengan ekspektasi sosiopolitik negara.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Integrasi Urusan Publik Strategis dalam Diplomasi Korporat

Kajian teori ini berpijak pada redefinisi fungsi Public Relations (PR) yang tidak lagi sekadar mengelola reputasi, melainkan berfungsi sebagai instrumen diplomasi korporat untuk memitigasi risiko politik di negara tuan rumah. Dalam kerangka Strategic Public Affairs, keberhasilan perusahaan disruptif global sangat bergantung pada kemampuannya

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

untuk menyelaraskan kepentingan komersial dengan agenda kebijakan publik guna memperoleh legitimasi operasional. Dengan mengadopsi peran sebagai diplomat korporat, praktisi PR melakukan negosiasi tingkat tinggi yang bertujuan untuk mengubah persepsi pembuat kebijakan dari memandang perusahaan sebagai ancaman asing menjadi mitra pembangunan strategis yang berkontribusi pada ekonomi nasional.

Teori Salience Pemangku Kepentingan dan Legitimasi Regulasi

Penyusunan hipotesis dalam penelitian ini didorong oleh Stakeholder Salience Theory, yang menekankan bahwa signifikansi seorang pemangku kepentingan bagi perusahaan ditentukan oleh interaksi antara kekuasaan, legitimasi, dan urgensi. Dalam industri telekomunikasi yang teregulasi ketat, pemerintah diidentifikasi sebagai pemangku kepentingan definitif yang memiliki kontrol penuh terhadap izin operasional, sehingga manajemen PR cenderung memprioritaskan pemenuhan ekspektasi pemerintah dibandingkan tuntutan kompetitor lokal. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang efektif harus difokuskan pada penguatan atribut legitimasi politik agar perusahaan dapat mengamankan dukungan otoritas pusat di tengah resistensi industri domestik.

Pemetaan Konflik: Inovasi Global vs. Proteksionisme Lokal

Berdasarkan tinjauan literatur dan analisis konteks, dikembangkan hipotesis bahwa efektivitas manajemen PR perusahaan disruptor ditentukan oleh penerapan model Diplomasi-Hibrida yang menggabungkan penyelarasan politik (*political alignment*) dan pergeseran narasi (*narrative shifting*). Hipotesis pertama menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kesesuaian antara isu korporat dengan prioritas pembangunan nasional, maka semakin rendah hambatan regulasi yang dihadapi oleh perusahaan. Hipotesis kedua memprediksi bahwa penggunaan pendukung pihak ketiga dari kalangan elit pemerintahan dan pemanfaatan profil kepemimpinan yang kuat (seperti *celebrity CEO*) secara signifikan meningkatkan kredibilitas narasi perusahaan di mata publik dan pembuat kebijakan dibandingkan kampanye media tradisional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis konseptual untuk membedah fenomena disrupsi telekomunikasi di Indonesia. Fokus utama dari metodologi ini adalah pengumpulan dan analisis data sekunder tekstual guna membangun pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi korporat dan dinamika kebijakan publik. Studi literatur dan analisis dokumen resmi dari otoritas terkait dilakukan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

untuk memetakan bagaimana narasi strategis dikonstruksi dalam menghadapi resistensi pasar lokal. Melalui teknik deskriptif ini, kompleksitas hubungan antara perusahaan teknologi global dan kedaulatan digital nasional dapat dijelaskan secara sistematis berdasarkan fakta-fakta aktual yang tersedia di ruang publik.

Proses analisis data mengintegrasikan kerangka kerja manajemen hubungan dan perencanaan strategis untuk mengevaluasi efektivitas diplomasi korporat. Data yang diperoleh dari laporan transformasi digital dan berbagai liputan media massa dianalisis menggunakan teknik reduksi data serta kategorisasi berdasarkan atribut pemangku kepentingan. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi pola komunikasi yang digunakan oleh disruptor global dalam memengaruhi persepsi pengambil keputusan dan masyarakat luas. Dengan menggabungkan teori manajemen reputasi dan komunikasi krisis, penelitian ini bertujuan menghasilkan proposisi teoretis baru mengenai model PR yang adaptif di tengah lingkungan regulasi yang bersifat proteksionis.

Sebagai pelengkap analisis deskriptif, penelitian ini menerapkan pemetaan pemangku kepentingan (stakeholder mapping) untuk memahami hierarki kepentingan dalam konflik industri telekomunikasi. Atribut kekuasaan, legitimasi, dan urgensi digunakan sebagai kriteria utama untuk mengevaluasi posisi tawar setiap aktor yang terlibat, mulai dari pemerintah pusat hingga asosiasi penyedia jasa internet lokal. Selain itu, analisis narasi disertakan untuk mendekonstruksi bagaimana simbol kemajuan teknologi dan profil kepemimpinan digunakan sebagai instrumen daya tawar politik. Sinkronisasi berbagai metode kualitatif ini memastikan bahwa simpulan yang dihasilkan memiliki validitas teoretis yang kuat serta relevansi dengan dinamika manajemen komunikasi modern.

1. Hasil Penelitian

Identifikasi Struktur Konflik dan Narasi Kebijakan

Hasil penelitian menunjukkan adanya dikotomi narasi yang tajam dalam industri telekomunikasi Indonesia pasca masuknya Starlink. Pemerintah pusat mengonstruksi narasi pro-Starlink dengan menekankan urgensi penyediaan akses internet di wilayah tertinggal, terdepan, dan terluar (3T) yang sulit dijangkau oleh infrastruktur kabel serat optik konvensional. Dukungan politik ini memposisikan teknologi satelit Low Earth Orbit (LEO) sebagai solusi instan bagi keterbatasan konektivitas nasional sekaligus bukti efisiensi birokrasi dalam mendukung transformasi digital.

Di sisi lain, ditemukan adanya resistensi sistematis dari penyedia jasa internet (ISP) domestik dan operator seluler yang tergabung dalam APJII. Kelompok ini mengusung narasi anti-Starlink yang berfokus pada isu kedaulatan data nasional dan ancaman kebangkrutan massal bagi pemain lokal akibat ketidakadilan aturan main (level playing field). Para pelaku

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

industri lokal menekankan bahwa masuknya raksasa global tanpa beban kewajiban infrastruktur fisik yang setara menciptakan tekanan regulasi yang tidak seimbang dalam ekosistem digital nasional.

Mekanisme Konstruksi Narasi dan Branding Kepemimpinan

Data penelitian mengungkapkan bahwa Starlink memanfaatkan profil personal Elon Musk sebagai instrumen daya tawar strategis untuk menembus hambatan birokrasi yang kaku. Citra Musk sebagai inovator visioner atau celebrity CEO digunakan secara masif untuk menciptakan persepsi bahwa kolaborasi dengan Starlink adalah langkah masa depan yang tak terelakkan. Kekuatan merek personal ini mampu menghasilkan prestise politik bagi pejabat publik yang memberikan dukungan, sehingga proses perizinan yang bersifat teknokratis cenderung menjadi lebih fleksibel.

Selain faktor kepemimpinan, teknologi LEO diposisikan secara simbolis sebagai representasi kedaulatan digital dan kemajuan peradaban. Narasi "koneksi tanpa batas" digunakan untuk membingkai keterbatasan teknologi terestrial sebagai bentuk stagnasi, yang secara efektif memenangkan simpati publik pengguna internet. Melalui penggunaan media sosial untuk melewati saluran diplomasi tradisional, manajemen Starlink berhasil memicu diskusi nasional yang memaksa pemerintah memberikan respons cepat terhadap kebutuhan operasional perusahaan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

a. Transformasi Public Relations Menjadi Diplomasi Korporat

Analisis terhadap fenomena ini menunjukkan bahwa fungsi Public Relations (PR) telah bertransformasi dari sekadar pengelola informasi menjadi mesin diplomasi korporat yang kompleks. Dalam kasus Starlink, aktivitas PR diarahkan untuk memengaruhi proses regulasi melalui negosiasi tingkat tinggi yang menyelaraskan tujuan komersial perusahaan dengan agenda nasional pemerintah tuan rumah. Keterlibatan aktif dalam ruang kebijakan ini membuktikan bahwa legitimasi perusahaan kini sangat bergantung pada kemampuan praktisi PR dalam bertindak sebagai "diplomat korporat" yang mampu menavigasi isu sensitif seperti kedaulatan data.

Pembahasan ini menegaskan bahwa diplomasi korporat yang agresif mampu mengubah potensi konflik regulasi menjadi peluang kolaborasi strategis. Dengan memposisikan diri sebagai mitra strategis negara, Starlink berhasil membangun legitimasi operasional yang tidak hanya berlandaskan pada kepatuhan teknis, tetapi juga pada nilai tambah ekonomi. Hal ini memperkuat proposisi bahwa dalam industri teknologi tinggi, PR

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

harus menguasai ketangkasan politik guna menjamin keberlangsungan bisnis di pasar yang memiliki tingkat proteksionisme tinggi.

b. Implementasi Model Diplomasi-Hibrida dalam Manajemen PR

Model Diplomasi-Hibrida (Hybrid-Diplomacy) yang diusulkan dalam penelitian ini terbukti menjadi kerangka kerja efektif bagi disruptor global melalui tiga tahap: penyelarasan politik, pergeseran narasi, dan ko-opetisi strategis. Tahap penyelarasan politik dilakukan dengan mendesain penetrasi pasar sebagai pendukung kedaulatan digital Indonesia di wilayah terpencil. Selanjutnya, melalui pergeseran narasi, Starlink berhasil mengubah fokus perdebatan dari kerugian industri lokal menjadi keuntungan nasional, sehingga memperkuat legitimasi moral perusahaan di ruang publik.

Lebih lanjut, tahap ko-opetisi strategis berfungsi sebagai mekanisme katup pengaman melalui tawaran kolaborasi terbatas dengan pesaing domestik. Pendekatan kooperatif-kompetitif ini bertujuan meredam resistensi konfrontatif melalui skema kemitraan teknis atau bagi hasil. Analisis ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk berpindah posisi dari kompetitor murni menjadi kolaborator merupakan kompetensi inti bagi manajemen PR modern dalam menjaga stabilitas hubungan dengan pemangku kepentingan industri lokal.

c. Analisis Salience Pemangku Kepentingan dan Otoritas Regulasi

Penerapan Stakeholder Salience Theory dalam pembahasan ini menunjukkan bahwa Starlink secara akurat mengidentifikasi pemerintah Indonesia sebagai pemangku kepentingan definitif. Dengan memiliki kombinasi kekuasaan regulasi, legitimasi hukum, dan urgensi agenda nasional, pemerintah menjadi prioritas utama dalam alokasi sumber daya komunikasi perusahaan. Fokus intensif pada pemenuhan ekspektasi otoritas pusat terbukti efektif dalam mengamankan lisensi operasional serta perlindungan politik dari serangan kelompok oposisi.

Sebaliknya, ISP lokal dan APJII dikategorikan sebagai pemangku kepentingan dengan urgensi tinggi namun memiliki legitimasi naratif yang lebih rendah dalam konteks kemajuan teknologi global. Meskipun klaim mereka didasarkan pada keadilan ekonomi, kepentingan kelompok ini sering kali terpinggirkan oleh narasi besar mengenai pemerataan konektivitas nasional. Pembahasan ini menyiratkan bahwa efektivitas PR disruptor sangat ditentukan oleh kemampuan memetakan atribut pemangku kepentingan secara dinamis guna menghindari pemborosan energi komunikasi pada pihak dengan pengaruh rendah.

d. Proposisi Strategis: Penyelarasan Isu dan Dukungan Pihak Ketiga

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Pembahasan akhir menekankan pada dua proposisi kunci: penyelarasan isu (issue alignment) dan penggunaan pendukung pihak ketiga (third-party endorser). Penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi kesesuaian antara misi perusahaan dengan prioritas politik kementerian terkait, maka hambatan regulasi akan semakin berkurang. Legitimasi politik terbukti mampu melampaui batasan perizinan yang kaku ketika perusahaan berhasil memposisikan layanannya sebagai kebutuhan nasional yang mendesak bagi pengambil keputusan.

Selain itu, dukungan dari tokoh kunci pemerintahan dianalisis memiliki dampak kepercayaan yang lebih mendalam dibandingkan kampanye pemasaran konvensional. Pernyataan publik dari pejabat tinggi mengenai manfaat teknologi Starlink menciptakan kredibilitas instan dan berfungsi sebagai perisai reputasi terhadap kritik kompetitor. Hal ini menunjukkan pergeseran paradigma manajemen PR dari komunikasi berbasis massa menuju komunikasi berbasis pengaruh (influence-based communication) sebagai kunci utama kesuksesan bisnis di pasar negara berkembang.

KESIMPULAN

Kesimpulan utama dari studi konseptual ini menegaskan bahwa manajemen Public Relations (PR) telah berevolusi dari sekadar fungsi komunikasi pendukung menjadi peran strategis-politik yang menentukan keberlanjutan bisnis. Keberhasilan para disruptor global seperti Starlink di Indonesia diinterpretasikan bukan hanya sebagai kemenangan inovasi teknologi, melainkan sebagai hasil dari eksekusi diplomasi korporat yang presisi dan mampu melampaui hambatan birokrasi tradisional. PR kini berperan sebagai arsitek hubungan kekuasaan, yang memastikan bahwa korporasi tetap relevan dan diterima di tengah arus nasionalisme ekonomi. Fungsi ini menuntut para praktisi untuk menguasai kompetensi komprehensif dalam bidang hukum, kebijakan publik, dan analisis risiko politik guna menavigasi pasar negara berkembang yang kompleks.

Dalam makna yang lebih luas, penelitian ini menekankan bahwa di hadapan ketidakpastian global, manajemen PR harus terus berevolusi menjadi instrumen lobi yang transparan dan berbasis nilai. Sinkronisasi antara inovasi disruptif dan kebutuhan pembangunan nasional adalah kunci bagi perusahaan teknologi global untuk memenangkan kepercayaan publik. Meskipun model Diplomasi-Hibrida memberikan kerangka kerja yang kuat untuk mengelola dinamika tersebut, efektivitasnya bergantung pada kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan fungsi-fungsi politik ke dalam strategi komunikasinya. Transformasi ini tidak dapat dihindari, dan organisasi yang mampu menyelaraskan tujuan korporat mereka dengan kepentingan strategis negara tuan rumah akan memiliki keuntungan signifikan dalam mendominasi pasar global.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

DAFTAR PUSTAKA

Anshori, "Evaluasi Regulasi Satelit LEO: Antara Inovasi Global dan Proteksi Lokal," Bisnis Indonesia, Feb. 10, 2026.

Anshori, "Persaingan Tak Sehat Starlink: ISP Lokal Terancam Gulung Tikar?," Bisnis Indonesia, Jun. 5, 2024. [Online]. Available: https://www.bisnis.com

Antara, "APJII minta pemerintah pastikan level playing field terkait Starlink," Antara News, Mei 22, 2024. [Online]. Available: https://www.antaranews.com

Coombs, Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, 6. ed. Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publications, 2021.

Cornelissen, Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice, 6. ed. London, UK: Sage Publications, 2020.

Fleisher dan S. Benson, "Strategic Public Affairs Management," dalam The SAGE Handbook of International Corporate and Public Affairs, London, UK: SAGE Publications, 2021.

Gregory, Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach, 5. ed. London, UK: Kogan Page, 2020.

Grunig, Excellence in Public Relations and Communication Management. New York, NY, USA: Routledge, 2022. doi: 10.4324/9781003024071.

Hansen dan O. Sula, "Corporate diplomacy and global reputation management: A new frontier for public relations," Journal of International Relations and Diplomacy, vol. 12, no. 1, hlm. 34-52, 2024. doi: 10.17265/2328-2134/2024.01.003.

He dan L. Harris, "The impact of celebrity CEO branding on public relations strategy: A digital disruption perspective," Journal of Business Research, vol. 116, hlm. 222-233, 2020. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.05.022.

Kemenkominfo, "Laporan Capaian Konektivitas Digital Nasional 2024," Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, Jakarta, 2024.

Kemenkominfo, "Laporan Transformasi Digital Nasional: Peran Teknologi Satelit dalam Konektivitas Wilayah 3T," Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Jakarta, 2024.

Ledingham, Relationship Management: A Theory of Public Relations. New York, NY, USA: Routledge, 2020. doi: 10.4324/9780429290008.

Mitchell, B. R. Agle, dan D. J. Wood, "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts," The Academy of Management Review, vol. 22, no. 4, hlm. 853–886, 1997. doi: 10.2307/259247.

Moleong dan A. Pratomo, "Strategic public affairs in the digital age: Navigating regulatory

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

challenges in emerging markets," Journal of Communication Management, vol. 27, no. 2, hlm. 145-162, 2023. doi: 10.1108/JCOM-01-2023-0012.

Nothhaft, K. P. Werder, D. Verčič, dan A. Zerfass, Strategic Communication: Concepts, Antecedents, and Role in Modern Management. New York, NY, USA: Routledge, 2021. doi: 10.4324/9780429443589.

Sandi, "Starlink Resmi Beroperasi di RI, Elon Musk Singgung Internet Buat Rakyat," CNBC Indonesia, Mei 20, 2024. [Online]. Available: https://www.cnbcindonesia.com

Smith, Strategic Planning for Public Relations. New York, NY, USA: Routledge, 2020. doi: 10.4324/9781003024071.

Tench dan S. Waddington, Exploring Public Relations: Global Strategic Communication, 5. ed. London, UK: Pearson, 2021.

Verčič dan A. Zerfass, "Strategic communication and the digital transformation: From media relations to narrative management," Public Relations Review, vol. 46, no. 2, hlm. 101-115, 2020. doi: 10.1016/j.pubrev.2020.101861.

Wolfe dan C. Puryear, "Satellite constellations and the disruption of national telecommunications: A public policy perspective," International Journal of Space Policy, vol. 15, no. 1, hlm. 88-105, 2023. doi: 10.1016/j.spacepol.2023.102511.

Zerfass, D. Verčič, H. Nothhaft, dan K. P. Werder, "Strategic communication and the digital transformation," Public Relations Review, vol. 46, no. 2, hlm. 101-115, 2020. doi: 10.1016/j.pubrev.2020.101861.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.