

**“Analisis *Trust Architecture* dalam *Public Relations Digital*:  
Membangun Kepercayaan Publik di Tengah *Overload Informasi*”**

<sup>1</sup>Ira Nur Dewita Siregar, <sup>2</sup>Iin Ucha Hutasuhut, <sup>3</sup>Alvina Nazmi Hidayat,

<sup>4</sup>Selvi Nizriah

Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Manajemen Bisnis,

Politeknik Negeri Medan,

Sumatera Utara, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[iranurdewita@polmed.ac.id](mailto:iranurdewita@polmed.ac.id), <sup>2</sup>[iinuchahutasuhut@gmail.com](mailto:iinuchahutasuhut@gmail.com),

<sup>3</sup>[alvinaanjh911@gmail.com](mailto:alvinaanjh911@gmail.com), <sup>4</sup>[selvinizriah@gmail.com](mailto:selvinizriah@gmail.com)

**ABSTRAK**

Perkembangan media digital telah memperluas arus informasi dan menciptakan kondisi *information overload* yang memengaruhi kemampuan publik dalam menilai kredibilitas pesan. Situasi ini semakin diperburuk oleh meningkatnya penyebaran hoaks, misinformasi, dan disinformasi melalui media sosial, situs tidak terverifikasi, dan berbagai platform daring. Melimpahnya informasi yang tidak tersaring membuat publik semakin rentan terhadap manipulasi serta menurunkan tingkat kepercayaan terhadap institusi. Dalam kondisi tersebut, praktisi Public Relations (PR) dituntut untuk membangun *trust architecture*, yaitu kerangka strategis yang dirancang untuk menumbuhkan, menjaga, dan memulihkan kepercayaan publik.

Penelitian ini bertujuan menganalisis elemen-elemen utama dalam *trust architecture* pada praktik PR digital serta meninjau strategi yang dapat digunakan organisasi untuk menjaga kredibilitas. Metode penelitian menggunakan studi literatur dengan menelaah jurnal, buku, dan laporan yang berkaitan dengan *digital trust* dan manajemen komunikasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa kepercayaan publik dapat diperkuat melalui transparansi informasi, konsistensi pesan di seluruh kanal komunikasi, komunikasi berbasis bukti, serta keterlibatan digital yang autentik.

Selain itu, kemampuan organisasi dalam merespons isu secara cepat, menjaga etika komunikasi, dan mengelola reputasi secara berkelanjutan turut membangun fondasi kepercayaan yang stabil. *Trust architecture* menjadi elemen penting untuk meminimalkan penyebaran hoaks, mempertahankan kredibilitas, dan membangun hubungan jangka panjang dengan publik di tengah lingkungan digital yang sarat distorsi informasi. Oleh karena itu, strategi PR yang berfokus pada kepercayaan semakin menjadi kebutuhan utama bagi organisasi di era digital saat ini.

Kata Kunci: Public Relations Digital; Trust Architecture; Kepercayaan Publik; Information Overload; Transparansi Komunikasi; Reputasi Digital.

### ABSTRACT

*The rapid development of digital media has expanded the flow of information and created an environment of information overload that affects the public's ability to evaluate message credibility. This condition is worsened by the rise of hoaxes, misinformation, and disinformation across social media, unverified websites, and various online platforms. The overflow of unfiltered information makes the public more vulnerable to manipulation and reduces trust in institutions. In this situation, Public Relations (PR) practitioners are required to build a trust architecture, a strategic framework designed to foster, maintain, and restore public trust.*

*This study aims to analyze the core elements of trust architecture in digital PR practices and explore strategies that organizations can use to safeguard their credibility. The research method applies a literature review by examining journals, books, and reports related to digital trust and communication management. The findings show that public trust can be strengthened through information transparency, consistent messaging across communication channels, evidence-based communication, and authentic engagement in digital spaces.*

*In addition, an organization's ability to respond quickly to emerging issues, uphold ethical communication standards, and manage its reputation continuously contributes to building a stable foundation of trust. Trust architecture becomes essential for minimizing the spread of hoaxes, maintaining credibility, and developing long-term relationships with the public in a digital environment filled with information distortion. Therefore, trust-centered PR strategies are increasingly important for organizations operating in today's dynamic digital landscape.*

*Keywords: Digital Public Relations; Trust Architecture; Public Trust; Information Overload; Communication Transparency; Digital Reputation.*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi antara organisasi dan publik. Media sosial, portal berita daring, dan platform berbasis algoritma menciptakan arus informasi yang sangat cepat dan masif. Kondisi ini menyebabkan fenomena *information overload*, yaitu situasi ketika jumlah informasi yang diterima publik melebihi kapasitas mereka untuk memproses, mengevaluasi, dan memverifikasi kebenarannya. Di tengah lingkungan yang jenuh informasi tersebut, hoaks dan disinformasi semakin mudah menyebar dan sering kali mengalahkan informasi resmi yang disampaikan oleh organisasi.

Bagi praktisi *Public Relations* (PR), perubahan ini menghadirkan tantangan strategis. Jika pada era komunikasi konvensional PR berfokus pada penyusunan pesan dan pemilihan media, maka pada era digital PR harus mampu membangun *trust architecture* suatu kerangka kerja sistematis yang memastikan bahwa setiap aktivitas komunikasi organisasi dapat menghasilkan, memelihara, dan memperkuat kepercayaan publik.

Kehilangan kepercayaan publik dapat berdampak serius terhadap reputasi organisasi, menurunkan legitimasi, dan menghambat hubungan jangka panjang. Sebaliknya, keberhasilan membangun arsitektur kepercayaan membantu organisasi bertahan dalam situasi krisis, melawan hoaks, serta memperkuat engagement dengan publik. Oleh karena itu, kajian mengenai bagaimana PR digital dapat

membangun *trust architecture* menjadi sangat relevan, terutama dalam konteks meningkatnya penyebaran informasi palsu yang memengaruhi opini publik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep *trust architecture* dalam ranah *Public Relations* digital dan mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan untuk membangun kepercayaan publik di tengah kondisi *information overload*. Fokus kajian tidak hanya pada teori kepercayaan dan reputasi, tetapi juga pada praktik komunikasi digital seperti *content verification*, transparansi organisasi, penggunaan data, dan teknik keterlibatan publik berbasis autentisitas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- Menganalisis peran *Public Relations* digital dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik di tengah kondisi *information overload*.
- Mengidentifikasi komponen-komponen utama dari *trust architecture* yang menjadi fondasi strategi komunikasi PR digital.
- Menjelaskan strategi *Public Relations* digital dalam menghadapi hoaks dan disinformasi untuk menjaga reputasi organisasi.
- Mengevaluasi bagaimana penerapan *trust architecture* dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara organisasi dan publik pada era komunikasi digital.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis  
Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Public Relations, khususnya terkait konsep trust architecture dalam konteks komunikasi digital dan strategi membangun kepercayaan publik di tengah kondisi information overload dan maraknya hoaks.
- b. Manfaat Praktis bagi Organisasi atau Instansi  
Memberikan panduan strategis bagi organisasi dalam merancang komunikasi digital yang efektif, transparan, dan berbasis kepercayaan, serta dalam mengelola reputasi dan menanggapi disinformasi secara cepat dan tepat.
- c. Manfaat bagi Praktisi PR  
Membantu praktisi PR memahami komponen utama yang diperlukan untuk membangun trust architecture serta mengoptimalkan strategi engagement, verifikasi informasi, dan monitoring reputasi digital secara profesional.
- d. Manfaat bagi Masyarakat atau Publik  
Mendorong peningkatan literasi digital dan kemampuan publik dalam membedakan informasi kredibel dari hoaks, sehingga tercipta lingkungan informasi yang lebih sehat dan terpercaya.
- e. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya  
Menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang ingin mengkaji lebih mendalam mengenai model komunikasi kepercayaan, praktik PR digital, atau studi kasus implementasi trust architecture pada organisasi di Indonesia.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### a. Public Relation Digital

Public Relations digital adalah bentuk komunikasi strategis yang memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, aplikasi, dan kanal berbasis algoritma untuk membangun hubungan antara organisasi dan publik. PR digital menekankan interaktivitas, kecepatan informasi, dan kemampuan organisasi untuk menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens secara *real time*. Dalam era digital, PR tidak hanya menyebarkan pesan, tetapi juga mengelola percakapan digital, mengawasi sentimen publik, serta memfasilitasi komunikasi dua arah. Pendekatan ini menempatkan transparansi, keterbukaan, dan konsistensi sebagai faktor penting dalam membentuk persepsi publik.

### b. Konsep Kepercayaan Public (*Public Trust*)

Kepercayaan publik adalah keyakinan bahwa organisasi bertindak secara jujur, kompeten, dan bertanggung jawab. Menurut Mayer, Davis, dan Schoorman, kepercayaan terbentuk atas tiga dimensi utama: ability (kompetensi organisasi), benevolence (niat baik organisasi kepada publik), dan integrity (kepatuhan pada nilai dan norma). Dalam konteks digital, kepercayaan menjadi lebih rapuh karena publik mudah terpapar informasi yang kontradiktif, bias, atau palsu. Oleh karena itu, organisasi harus membangun sistem kepercayaan yang tidak hanya mengandalkan reputasi historis, tetapi juga didukung oleh praktik

komunikasi yang terbuka dan dapat diverifikasi.

**c. Fenomena Information Overload**

Information overload adalah kondisi ketika jumlah informasi yang diterima publik melebihi kapasitas mereka untuk memahami dan mengevaluasinya. Fenomena ini diperparah oleh sifat media digital yang cepat, massal, dan tanpa batas. Dampak utama *information overload* adalah menurunnya kemampuan publik untuk membedakan informasi kredibel dari hoaks. Dalam situasi ini, pesan PR sering kali bersaing dengan informasi yang bersifat sensasional dan viral. Ketika publik kewalahan, mereka cenderung memilih informasi yang paling mudah diakses, bukan yang paling benar. Hal inilah yang menjadi tantangan besar bagi PR digital.

**d. Hoaks dan Disinformasi dalam Media Digital**

Hoaks merupakan informasi palsu atau menyesatkan yang disebarkan dengan berbagai motif, seperti keuntungan politik, ekonomi, atau sosial. Disinformasi menyebar dengan cepat karena algoritma media sosial cenderung mempromosikan konten yang memicu emosi, bukan konten yang akurat. PR digital harus mampu mengenali pola penyebaran hoaks, memahami faktor psikologis publik, serta mengembangkan strategi counter-narrative untuk menjaga reputasi organisasi. Upaya melawan hoaks membutuhkan bukti yang kuat, kecepatan respon, dan komunikasi yang transparan.

**e. Konsep Trust Architecture**

Trust architecture adalah kerangka strategis yang dirancang untuk membangun, mempertahankan, dan mengelola kepercayaan publik secara sistematis. Arsitektur ini mencakup beberapa komponen utama:

- 1) *Transparansi* yaitu membuka proses, data, sumber informasi, dan maksud komunikasi.
- 2) *Consistency* adalah kesesuaian pesan antar platform dan respons organisasi yang stabil dari waktu ke waktu.
- 3) *Authentic Engagement* yaitu keterlibatan jujur dan tidak manipulatif, termasuk respons cepat, empati, dan komunikasi berbasis bukti.
- 4) *Verification Mechanism* yaitu menyediakan tautan sumber, bukti, referensi, dan data yang memungkinkan publik memeriksa kebenaran pesan.
- 5) *Reputation Safeguard* yaitu sistem yang menjaga nama baik organisasi melalui pemantauan digital dan tata kelola informasi.

Konsep ini menjadi penting karena kepercayaan tidak bisa dibangun melalui satu aktivitas saja, tetapi melalui struktur komunikasi yang konsisten dan berkelanjutan.

**3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*), yaitu teknik penelitian yang dilakukan dengan cara menelusuri dan

menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan seperti jurnal ilmiah, buku akademik, laporan riset industry dan dokumen resmi yang membahas Public Relations digital, trust architecture, fenomena information overload, serta hoaks dan disinformasi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan meninjau konsep teoritis dan model strategi komunikasi berbasis kepercayaan dalam konteks praktik Public Relations digital saat ini.

#### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif analitis, yaitu penelitian yang bertujuan mendeskripsikan fenomena secara sistematis serta menganalisis hubungan antar konsep untuk memperoleh pemahaman mendalam. Penelitian ini tidak hanya menjelaskan teori, tetapi juga menginterpretasikan relevansinya dalam menghadapi tantangan komunikasi digital modern.

#### b. Sumber Data

Sumber data penelitian berasal dari:

- 1) Artikel ilmiah dari jurnal internasional dan nasional yang membahas *trust*, kepercayaan digital, PR, komunikasi strategis, dan hoaks.
- 2) Buku akademik terkait public relations, manajemen reputasi, dan media digital.
- 3) Laporan industri dari lembaga terpercaya seperti *Edelman Trust Barometer*, *Data Reportal*, *We Are Social*,

dan lembaga riset literasi digital.

- 4) Sumber daring kredibel seperti laporan pemerintah mengenai literasi informasi dan penanganan disinformasi.

Seluruh sumber dipilih berdasarkan kredibilitas, relevansi, dan kemutakhiran data.

#### c. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, yaitu menelusuri, membaca, dan mengolah dokumen tertulis yang relevan. Proses pengumpulan dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

- 1) Identifikasi kata kunci seperti *trust architecture*, digital PR, hoaks, reputasi digital, engagement authenticity, dan transparency communication.
- 2) Seleksi sumber berdasarkan relevansi dan tahun publikasi (5–10 tahun terakhir).
- 3) Pencatatan poin penting dan pola temuan dari masing-masing sumber.
- 4) Kategorisasi data ke dalam tema-tema utama untuk memudahkan analisis.

#### d. Teknik Analisis Data Analisis

Dilakukan menggunakan teknik analisis tematik, yaitu mengelompokkan informasi ke dalam tema tertentu. Dalam penelitian ini, tema utama meliputi:

- a) Struktur *trust architecture*:

- 1) peran PR digital dalam pembangunan kepercayaan,
  - 2) dinamika information *overload*,
  - 3) implikasi hoaks terhadap reputasi,
  - 4) dan strategi komunikasi berbasis kepercayaan.
- b) Tahapan analisis mencakup:
- 1) Reduksi data yang memilih informasi relevan dan menghilangkan yang tidak berkaitan.
  - 2) Display data yaitu menyusun data dalam kerangka konseptual.
  - 3) Penarikan kesimpulan yaitu menginterpretasi pola, hubungan konsep, dan relevansi strategi PR terhadap konteks digital saat ini.

**e. Validitas Data**

Untuk memastikan keabsahan, penelitian menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan temuan dari berbagai jenis

literatur (jurnal, buku, laporan riset, dan dokumen resmi). Selain itu, kredibilitas dijaga dengan memilih literatur dari penerbit atau lembaga bereputasi.

**4. PEMBAHASAN**

Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana trust architecture diterapkan dalam praktik Public Relations digital sebagai strategi untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan publik di tengah kondisi information overload dan maraknya hoaks. Analisis dilakukan dengan meninjau komponen-komponen arsitektur kepercayaan serta mengaitkannya dengan dinamika komunikasi digital kontemporer.

**a. Tantangan PR Digital di Era Overload Informasi**

Arus informasi yang berlebihan telah mengubah cara publik menerima, memproses, dan menilai pesan. Media sosial dengan algoritmanya mendorong konten yang bersifat emosional dan cepat viral, bukan yang paling akurat. Akibatnya, pesan PR sering kalah dari narasi sensasional atau hoaks.

- 1) Ketidakpastian sumber informasi. siapa saja bisa menjadi “penyampai berita”, sehingga batas antara pesan resmi dan tidak resmi semakin kabur.
- 2) Dalam konteks ini, PR dituntut tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi membangun sistem komunikasi yang mampu mempertahankan kepercayaan publik secara berkelanjutan.

**b. Peran Trust Architecture dalam PR Digital**

Trust architecture menyediakan struktur strategis yang memastikan bahwa setiap aktivitas komunikasi memiliki landasan kepercayaan. Arsitektur ini tidak bersifat reaktif, tetapi proaktif—dibangun sebelum terjadi krisis informasi. Terdapat lima komponen utama yang menjadi fondasi.

**c. Transparansi Informasi**

Transparansi menjadi elemen kunci untuk menumbuhkan persepsi keterbukaan. Organisasi perlu secara jelas menyampaikan sumber data, maksud komunikasi, dan proses pengambilan keputusan. Dalam praktik digital, transparansi dapat diwujudkan melalui:

- 1) publikasi data dan

- 2) sumber rujukan,
  - 3) penjelasan terbuka saat terjadi perubahan informasi,
  - 4) penggunaan bahasa yang jelas tanpa manipulasi.
- Transparansi membantu publik memeriksa kebenaran informasi sehingga mengurangi kerentanan terhadap hoaks.

Konsistensi adalah penentu stabilitas kepercayaan. Ketika organisasi menyampaikan pesan yang berbeda-beda di berbagai platform, publik mudah kehilangan kepercayaan. Konsistensi diwujudkan melalui:

- 1) Keseragaman nilai dan inti pesan,
- 2) Kesamaan respons dari setiap kanal digital,
- 3) Penyampaian informasi yang tidak bertentangan antar departemen.
- 4) Konsistensi memberi sinyal bahwa organisasi dapat diandalkan dalam jangka panjang.

#### **d. Autentisitas Engagement**

Publik lebih percaya pada organisasi yang menunjukkan kejujuran dan empati. Oleh karena itu, keterlibatan digital tidak boleh bersifat mekanis atau sekadar formalitas. Autentisitas ditunjukkan melalui:

- 1) Respons cepat dan terbuka atas pertanyaan publik,
- 2) Pengakuan kesalahan secara langsung ketika terjadi kekeliruan,

Keberhasilan engagement autentik membantu menciptakan hubungan emosional positif antara publik dan organisasi.

#### **e. Mekanisme Verifikasi Digital**

Karena hoaks berkembang pesat, PR digital perlu menyediakan mekanisme verifikasi yang mudah diakses publik, seperti:

- 1) Tautan menuju dokumen resmi,
- 2) Penyediaan fact-check internal,
- 3) Kolaborasi dengan lembaga pemeriksa fakta,
- 4) Penggunaan watermark, QR, atau metadata digital.

Mekanisme ini penting agar publik dapat melakukan pengecekan tanpa hambatan.

#### **f. Penguatan Reputasi melalui Monitoring Digital**

Arsitektur kepercayaan juga mencakup pemantauan persepsi publik. Dengan alat analisis digital, organisasi dapat mendeteksi hoaks sejak dini dan merespon sebelum persepsi negatif berkembang. Monitoring meliputi:

- 1) Analisis sentimen,
- 2) Pemantauan kata kunci,

- 3) Identifikasi akun penyebar disinformasi,
- 4) Evaluasi pola percakapan digital.  
Reputasi yang dipantau secara aktif lebih terlindungi dari kerusakan akibat hoaks.

**g. Strategi PR Digital untuk Membangun Kepercayaan di Era Hoaks**

Berdasarkan komponen trust architecture, strategi berikut dapat diterapkan organisasi:

- 1) Membangun identitas digital yang jelas dan stabil dengan gaya komunikasi konsisten.
  - 2) Menerapkan prinsip evidence-based communication untuk melawan narasi tanpa dasar.
  - 3) Menggunakan juru bicara yang kompeten sehingga publik lebih percaya pada sumber resmi.
  - 4) Melakukan edukasi literasi digital agar publik lebih mampu membedakan hoaks.
  - 5) Membentuk tim respons cepat untuk merespon informasi palsu dalam hitungan jam.
  - 6) Berkomunikasi menggunakan pendekatan emosional positif, bukan sekadar informatif.
  - 7) Mengoptimalkan konten visual dan data yang mudah diverifikasi seperti infografik, kutipan sumber resmi, dan dokumen publik.
- Strategi ini memperkuat pondasi kepercayaan, menjaga hubungan jangka panjang, serta membantu organisasi tetap relevan di tengah deras arus informasi.

**5. KESIMPULAN DAN SARAN**

**a. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa trust

architecture merupakan kerangka strategis yang sangat penting dalam Public Relations digital, terutama ketika organisasi menghadapi lingkungan komunikasi yang dipenuhi information overload dan hoaks. Arus informasi yang semakin cepat dan tidak terkontrol membuat publik rentan terhadap misinformasi, sehingga kepercayaan tidak lagi dapat dibangun hanya melalui penyampaian pesan, tetapi melalui sistem komunikasi yang terstruktur dan berkelanjutan.

Analisis menunjukkan bahwa terdapat lima komponen utama trust architecture—transparansi, konsistensi, autentisitas, engagement, mekanisme verifikasi digital, dan monitoring reputasi yang berperan sebagai fondasi dalam pembangunan kepercayaan publik. Kelima komponen ini saling melengkapi dan memperkuat. Transparansi menciptakan keterbukaan, konsistensi menumbuhkan prediktabilitas, autentisitas membangun ikatan emosional, verifikasi digital mengurangi kerentanan terhadap hoaks, dan monitoring menjaga stabilitas persepsi publik dari waktu ke waktu.

Secara keseluruhan, strategi PR digital yang berhasil membangun kepercayaan publik adalah strategi yang menggabungkan pendekatan informatif, emosional, dan teknologis. Di era hoaks, PR tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai penjaga integritas informasi. Organisasi yang mampu membangun arsitektur kepercayaan akan lebih siap menghadapi krisis informasi,

mendapatkan legitimasi dari publik, serta mempertahankan reputasi dalam jangka panjang.

#### b. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diterapkan oleh organisasi atau instansi adalah:

- 1) Mengembangkan kebijakan komunikasi yang berbasis transparansi, seperti publikasi laporan berkala, klarifikasi terbuka, dan penjelasan sumber informasi.
- 2) Membentuk tim PR digital yang terintegrasi, sehingga pesan yang disampaikan antar platform selalu konsisten dan selaras dengan identitas organisasi.
- 3) Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam literasi digital, termasuk pelatihan verifikasi informasi, manajemen krisis online, dan komunikasi berbasis data.
- 4) Mengadopsi teknologi pendukung verifikasi, seperti QR pada dokumen digital, *dashboard fact-checking*, dan sistem deteksi dini misinformasi.
- 5) Membangun kedekatan emosional melalui engagement yang autentik, misalnya dengan gaya komunikasi yang humanis, responsif, dan menghargai perspektif publik.
- 6) Memperkuat program literasi informasi bagi masyarakat, karena keberhasilan membangun kepercayaan tidak hanya berasal dari PR, tetapi juga dari kemampuan publik memproses informasi secara kritis.
- 7) Melakukan evaluasi berkala terhadap reputasi digital untuk melihat perubahan

persepsi publik dan mengidentifikasi risiko baru yang mungkin muncul.

Dengan menerapkan rekomendasi tersebut, organisasi memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan kepercayaan publik di tengah dinamika informasi yang semakin kompleks.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations*. New Jersey: Pearson Education.
- Gilbert, S. (2020). *Trust in a time of misinformation: Building reliable communication structures*. *Journal of Digital Media Studies*, 12(3), 145–160.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Kang, M., & Shin, D. (2016). *Trust in the digital age: Effects of transparency and authenticity in online communication*. *Journal of Public Relations Research*, 28(3-4), 167–184.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and Power*. John Wiley & Sons.
- Mechkova, V. (2021). *Information overload and public trust: A systematic review*. *Information, Communication & Society*, 24(11), 1574–1590.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. (2013). *Uses and gratifications 2.0: New gratifications for new media*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525.
- Theunissen, P., & Wan Noordin, W. N. (2012). *Revisiting the concept of dialogue in public relations*. *Public Relations Review*, 38(1), 5–13.