



Etika Dan Profesionalisme Public Relations: Kunci Membangun Kepercayaan Publik

Ayu Fatmawati¹, Eliza Septi Nabila², Nabila Azzahra Adikusuma³,
Dwi Novaria Misidawati⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan

E-mail: ayu.fatmawati24010@mhs.uingusdur.ac.id¹, eliza.septi.nabil24012@mhs.uingusdur.ac.id²,
nabila.azzahra.adikusuma24024@mhs.uingusdur.ac.id³,
dwi.novaria.misidawati@uingusdur.ac.id⁴

Article Info

Article history:

Received December 12, 2025

Revised December 14, 2025

Accepted December 18, 2025

Keywords:

Ethics, Professionalism, Public Relations

ABSTRACT

This study discusses how ethics and professionalism in public relations (PR) are key to building public trust, using a literature review method to analyze definitions, main pillars, and their influence. The document highlights the role of PR in shaping public opinion through interaction, management functions, and ethical practices amid digital challenges such as disinformation and AI integration. The main findings indicate that competent, ethical, and independent PR practitioners enhance credibility through transparency, crisis management, and prioritizing the public interest.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Article Info

Article history:

Received December 12, 2025

Revised December 14, 2025

Accepted December 18, 2025

Kata Kunci:

Etika, Profesionalisme, Public Relations

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana etika dan profesionalisme dalam public relations (PR) menjadi kunci membangun kepercayaan publik, dengan metode studi kepustakaan untuk menganalisis definisi, pilar utama, serta pengaruhnya. Dokumen menyoroti peran PR dalam membentuk opini publik melalui interaksi, fungsi manajemen, dan praktik etis di tengah tantangan digital seperti disinformasi dan integrasi AI. Hasil utama menunjukkan bahwa praktisi PR yang kompeten, etis, dan mandiri meningkatkan kredibilitas melalui transparansi, manajemen krisis, serta prioritas kepentingan publik.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Ayu Fatmawati

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan

Email: ayu.fatmawati24010@mhs.uingusdur.ac.id

PENDAHULUAN

Perhubungan Publik (PR), sebagai profesi, memainkan peran strategis dalam dinamika komunikasi antara publik dan organisasi. Dalam dunia modern, termasuk bisnis, pemerintahan, dan organisasi non-profit, cara sebuah organisasi berkomunikasi dengan publiknya secara konsisten, transparan, dan etis sangat menentukan kehormatannya dan



legitimasinya. Buku-buku lama tentang PR menekankan bahwa kode etik dan profesionalisme adalah pilar penting dalam hubungan antara organisasi dan publik yang bertahan lama, bukan hanya aturan tambahan. Etika PR terdiri dari konsep "profesionalisme" dan "tanggung jawab sosial", yang menggabungkan tanggung jawab moral dan public (Boynton, 2002). Perkembangan media sosial dan teknologi komunikasi digital, bersama dengan tekanan persaingan dalam dunia bisnis dan publik, telah menimbulkan tantangan baru bagi praktik PR. Di satu sisi, akses cepat ke audiens melalui media sosial meningkatkan kemungkinan pelanggaran etika seperti misinformasi, ketidakjelasan, konten terselubung, dan manipulasi opini publik. Studi baru menunjukkan bahwa praktisi PR menghadapi masalah etis ketika mereka menggunakan teknologi seperti kecerdasan buatan, misinformasi, karakteristik penulisan, identitas profesional, dan kurangnya akuntabilitas (Dong & van den Berg, 2025). Para peneliti menemukan bahwa di Indonesia, belum ada peraturan yang jelas untuk kemajuan media digital. Akibatnya, satu-satunya cara untuk menjaga integritas PR adalah dengan bergantung pada kode etik profesi (Ulfa et al., 2024).

Meskipun banyak penelitian yang menekankan aspek etika dan profesionalisme dalam periklanan, serta hubungan antara etika, profesionalisme, dan nilai profesional bagi praktisi periklanan, masih ada sedikit literatur tentang masalah ini, terutama yang berkaitan dengan aspek empiris yang mengaitkan praktik etis dan profesionalisme dengan persepsi publik terhadap kepercayaan dalam konteks lokal atau kontekstual. Misalnya, penelitian kuantitatif di Malaysia menemukan bahwa nilai profesional praktisi PR dipengaruhi oleh profesionalisme dan etika (Idid & Arandas, 2016). Banyak penelitian tentang akuntansi, administrasi publik, atau profesi lain menegaskan bahwa transparansi profesional dan etika sangat penting untuk membangun kepercayaan publik. Namun, hanya sedikit penelitian yang secara sistematis mengukur bagaimana publik melihat penerapan kode etik dan nilai profesional tersebut apakah benar mempengaruhi persepsi kejujuran, kepercayaan, dan kredibilitas organisasi. (Annisa Fitriah Mudassir, 2024). Selain itu, penelitian baru-baru ini menunjukkan bahwa periklanan tidak lagi semata-mata sebagai "juru komunikasi organisasi" tetapi juga sebagai aktor yang bertanggung jawab sosial, terutama dalam konteks komunikasi publik, transparansi, partisipasi, dan demokrasi. Kerangka seperti "profesional masyarakat" periklanan menekankan bahwa periklanan dapat membantu demokrasi deliberatif, keterlibatan komunitas, dan kepentingan public (Brunner, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana penerapan profesionalisme dan etika oleh praktisi PR berdampak pada tingkat kepercayaan publik terhadap organisasi. Lebih khusus lagi, penelitian ini bertujuan untuk: menentukan aspek profesionalisme dan etika yang diterapkan oleh praktisi PR, mengukur bagaimana publik menilai kredibilitas, transparansi, dan integritas organisasi, menyelidiki hubungan antara profesionalisme/etika PR dan persepsi publik tentang, menggunakan hasil penelitian untuk mengembangkan kebijakan dan praktik PR yang dapat meningkatkan kepercayaan publik.

Dengan alasan ini, penelitian ini sangat penting. Sangat penting untuk melakukan penelitian dan uji coba langsung tentang cara profesionalisme dan etika dalam praktik PR berkontribusi terhadap kepercayaan publik. Selain itu, penelitian ini dapat membantu mengisi kekosongan literatur yang mengaitkan tiga domain: teori profesionalisme PR, etika komunikasi PR, dan hasil kepercayaan publik. Penelitian ini akan menggunakan kerangka metodologis dan konseptual. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis dan kebijakan terkait



penguatan kode etik, pelatihan profesional, dan praktik komunikasi yang bertanggung jawab di Indonesia dan negara-negara lain di mana regulasi PR dan media digital terus berubah. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya untuk membangun PR yang etis, profesional, dan dipercayai publik. Ini akan mencakup pengembangan literatur tentang etika, profesionalisme, dan profesionalisme serta rekomendasi praktis untuk praktisi, institusi, dan pembuat kebijakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian kepustakaan untuk merinci dan menganalisis Etika Dan Profesionalisme Public Relations : Kunci Membangun Kepercayaan Publik. Penelitian ini memanfaatkan sumber data dari buku sejarah, artikel jurnal, dan makalah konferensi yang membahas Etika dan Profesionalisme Public Relations serta kunci Membangun Kepercayaan Publik. Teknik pengumpulan data melibatkan pencarian kata kunci spesifik pada perpustakaan digital dan basis data akademis.

Sumber data dipilih berdasarkan kriteria keakuratan dan kredibilitas, dengan analisis kritis terhadap pola sejarah, hubungan sebab-akibat, dan faktor-faktor penentu. Hasil analisis digunakan untuk menyusun narasi Sejarah yang mendalam dan informatif, memberikan kontribusi pemahaman yang lebih baik Terhadap Etika Dan Profesionalisme Public Relations : Kunci Membangun Kepercayaan Publik. serta dinamika kemajuan dan kemunduran dalam konteks sejarah peradaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Public Relations Dapat Membangun Kepercayaan Publik

Etika adalah filsafat moral yang menunjukkan bagaimana orang harus bertindak dan menghasilkan berbagai istilah seperti etika (etika, etis), etis (etika), moralitas, dan moralitas. Etika didefinisikan sebagai pedoman untuk baik buruknya perilaku dalam bentuk nilai-nilai dan azas moral yang digunakan sebagai pedoman umum dalam menentukan baik buruknya dan benar-salahnya tindakan manusia. Etika adalah bidang ilmu filsafat yang mempelajari penilaian normative tentang apakah tindakan tertentu sesuai atau seharusnya dilakukan. Dan keinginan untuk menghindari masalah di dunia nyata adalah dasar dari kebutuhan etika (Brooks, 2008:11). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika didefinisikan sebagai a) suatu sistem asas-asas moral; b) tatanan perilaku yang berlaku dalam hubungan dengan kegiatan manusia pada golongan, kelompok, atau kebudayaan tertentu; dan c) cabang filsafat tentang nilai-nilai yang berkaitan dengan perilaku manusia tentang kebenaran dan kesalahan dari kegiatan tertentu, serta kebaikan dan keburukan dari motif dan tujuan dari kegiatan tersebut. Sebaliknya, Oliver (2008:16) mengatakan bahwa etika dapat didefinisikan sebagai a) studi tentang penilaian dan standar etika kode moral; b) risalah tentang moral; dan c) sistem atau kode moral dari agama, profesi, filsuf, atau kelompok lain.

Untuk menumbuhkan perilaku etis, perlu diciptakan iklim etika. Iklim etika ini akan terbentuk ketika di dalam perusahaan ada kesepakatan luas tentang perilaku yang dianggap benar dan mekanisme yang tersedia untuk menyelesaikan masalah etika. Untuk menciptakan iklim etika di perusahaan, ada tiga faktor: a) perusahaan didirikan dengan baik, b) menghidupkan kembali keadaan organisasi yang didasarkan pada kepercayaan satu sama lain,



dan c) terbentuknya sistem manajemen hubungan karyawan (employee relationship management) yang baik dan ramah. Selain itu, iklim etika sangat dipengaruhi oleh kombinasi berbagai variabel, yaitu: a) kemampuan profesional individu dalam menjalankan tugasnya, b) laba perusahaan, c) efektivitas, dan d) manfaat kelompok. Menurut Roberto Simoes dalam Rumanti (2002:7), Public Relations memiliki beberapa ciri penting. Pertama, PR bekerja melalui proses interaksi untuk membentuk opini atau pandangan masyarakat. Kedua, PR merupakan bagian dari fungsi manajemen dalam sebuah organisasi. Ketiga, pekerjaan PR melibatkan banyak bidang ilmu, jadi tidak hanya soal komunikasi saja. Keempat, PR menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam mencapai tujuan organisasi. Dan terakhir, PR berfungsi untuk menjalankan kebijakan organisasi dan menjelaskan berbagai peristiwa agar mudah dipahami oleh publik.

Profesionalisme PR Memengaruhi Kepercayaan Publik

Bisnis di sektor swasta maupun publik memerlukan kepercayaan publik untuk bertahan hidup. Pembangunan dan pemeliharaan kepercayaan ini sangat dipengaruhi oleh profesionalisme dalam praktik hubungan masyarakat (Humas). Jurnal ini memeriksa secara kritis bagaimana profesionalisme humas, yang mencakup kompetensi, etika, dan komitmen pada kepentingan publik, berdampak langsung pada tingkat kepercayaan publik. Analisis ini menggabungkan perspektif dari berbagai akademisi dan praktisi untuk menemukan komponen penting profesionalisme yang memperkuat atau merusak kepercayaan. Ini dilakukan dengan menggunakan metodologi studi literatur. Profesional humas menjadi semakin penting sebagai "navigator kepercayaan publik" yang bertugas menjembatani jarak komunikasi antara publik dan organisasi.

Dalam bidang humas, tiga pilar utama sering digunakan untuk mendefinisikan profesionalisme: kompetensi, etika, dan otonomi Philpapers. Seseorang harus memiliki kemampuan teknis dalam penulisan, hubungan media, manajemen krisis, dan strategi komunikasi. Etika berarti mengikuti kode etik profesi yang menekankan kejujuran, keadilan, dan kewajiban sosial. Meskipun demikian, otonomi mengacu pada kemampuan praktisi untuk membuat keputusan berdasarkan pertimbangan profesional tanpa terpengaruh oleh orang lain. Thomas H. Bivins (1993) menekankan bahwa profesionalisme humas harus diukur dari seberapa baik mereka dapat memberikan layanan yang benar-benar menguntungkan kepentingan publik—bukan hanya kepentingan klien atau organisasi.

Kepercayaan publik didefinisikan sebagai keyakinan masyarakat terhadap integritas, kompetensi, dan kejujuran sebuah institusi atau individu. Ini dibangun melalui interaksi yang konsisten, transparan, dan saling menguntungkan, bukan secara instan. Studi kasus tentang media publik di Republik Ceko menemukan bahwa kepercayaan audiens dibangun melalui tiga kategori utama: kepercayaan pada pesan (yang dianggap objektif, relevan, dan bebas dari sensasionalisme), kepercayaan pada sumber (yang dianggap profesional oleh jurnalis atau praktisi humas), dan kepercayaan pada institusi (yang dianggap memiliki struktur yang menjamin kualitas dan independensi).

Kemampuan manajemen krisis yang baik adalah bagian lain dari profesionalisme. Profesional humas dapat membedakan krisis komunikasi dari kegagalan komunikasi internal institusi. Menjaga kepercayaan publik dan menavigasi badai informasi membutuhkan



kolaborasi lintas lembaga, verifikasi konten, dan slow thinking (pengambilan jeda untuk berpikir). Persepsi seseorang terhadap kredibilitas praktisi humas sangat memengaruhi kepercayaan publik. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa praktisi humas yang memiliki pengalaman profesional di bidang jurnalistik memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi di sciencedirect. Kejujuran dan keterbukaan, terutama ketika mengakui kesalahan, meningkatkan kredibilitas ini.

Di era modern, profesionalisme humas juga ditunjukkan oleh kemampuan untuk bekerja sama. Kerja sama lintas lembaga dan antarindividu humas sangat penting untuk membangun narasi yang kuat dan konsisten yang mencegah kebingungan publik dan meningkatkan kepercayaan.

Dalam era digital, tugas humas menjadi lebih sulit. Praktisi menghadapi tantangan tambahan karena fakta bahwa informasi menyebar dengan cepat, serta wabah disinformasi dan misinformasi yang dapat merusak kepercayaan publik. Kepercayaan pada berbagai profesi terus berkurang, menurut survei Gallup (2023). Hanya 8% orang Amerika mempercayai profesional periklanan dan hanya 19% mempercayai jurnalis. Kedua kelompok ini biasanya bekerja sama dengan Humas PRDaily. Ini menunjukkan bahwa tugas humas untuk membangun kepercayaan menjadi semakin sulit, karena mereka harus bekerja keras untuk meyakinkan publik melalui saluran yang kurang kredibel.

Salah satu tantangan lain adalah integrasi kecerdasan buatan (AI). Meskipun AI efektif, menggunakannya tanpa pedoman etis dapat menurunkan kredibilitas dan menghasilkan konten yang bias atau menyesatkan. Oleh karena itu, profesionalisme humas di masa depan harus mencakup literasi AI serta kemampuan untuk menerapkan kebijakan AI secara etis.

Berdasarkan analisis di atas, menjadi jelas bahwa profesionalisme Humas bukanlah satu konsep monolitik; itu adalah konstruksi yang berkembang seiring dengan harapan publik. Untuk meningkatkan kepercayaan publik, profesionalisme Humas harus didefinisikan ulang dengan mempertimbangkan komitmen moral untuk melayani kepentingan publik selain kemampuan teknis. Brunner (2019) menyarankan konsep Public Interest Relations (PIR), yang menempatkan kepentingan publik di tengah praktik dan penelitian humas. Ini berarti bahwa profesi humas harus bergerak dari paradigma advocacy (membela kepentingan klien) ke paradigma yang memungkinkan diskusi dan pemahaman bersama antara organisasi dan publiknya. journals.sagepub.

Kepercayaan publik dibangun oleh profesionalisme humas. Dalam dunia informasi saat ini, peran praktisi humas sebagai pembentukan kepercayaan menjadi lebih penting dari sebelumnya. Tidak hanya menjadi anggota atau disertifikasi oleh organisasi profesional, tetapi profesionalisme dapat dicapai melalui praktik sehari-hari yang menunjukkan kompetensi, integritas, dan komitmen kuat pada kepentingan umum.

Hubungan Antara Etika, Profesionalisme, Dan Kepercayaan Publik

1. Pengaruh Etika terhadap Persepsi Publik

Etika akuntan sangat mempengaruhi persepsi publik terhadap laporan keuangan. Kepercayaan masyarakat sangat penting bagi bisnis karena reputasi etika yang baik memungkinkan mereka menarik investasi dan mempertahankan hubungan baik dengan



pelanggan dan mitra. Sebaliknya, skandal dapat merusak reputasi perusahaan dan mengurangi kepercayaan publik.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika

Beberapa komponen yang mendukung penerapan etika diidentifikasi dalam penelitian ini. Salah satunya adalah:

- a. Budaya organisasi: budaya yang mendukung transparansi dan akuntabilitas akan mendorong akuntan untuk bertindak etis. Organisasi dengan prinsip etika yang kuat cenderung memiliki karyawan yang lebih bersemangat untuk berperilaku bermoral. Dalam organisasi, penerapan kode etik yang jelas dan tegas dapat membantu menciptakan lingkungan yang mendukung perilaku etis.
- b. Pendidikan etika: Akuntan dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menangani masalah etis dengan mendapatkan pendidikan etika akuntansi yang baik. Studi kasus dan diskusi dilema etis dalam program pendidikan dapat membantu siswa mempersiapkan diri untuk masalah di dunia nyata. Untuk memastikan bahwa akuntan tetap peka terhadap masalah etika, juga penting bagi mereka untuk mendapatkan pendidikan etika yang berkelanjutan selama karir mereka.
- c. Regulasi: Kerangka kerja yang mendukung praktik akuntansi etis dapat berupa peraturan yang ketat dan jelas. Organisasi profesi seperti Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) bertanggung jawab atas penetapan standar etika yang harus dipatuhi oleh anggota mereka. Regulasi yang kuat mendorong praktik etis selain memberikan sanksi kepada pelanggar. Namun, terdapat juga faktor penghambat yang perlu diperhatikan, seperti:
 - a) Tekanan manajemen: Akuntan sering dipaksa untuk membuat laporan yang lebih menguntungkan, yang dapat menyebabkan mereka mengabaikan prinsip etika. Manajemen kadang-kadang dapat meminta akuntan untuk melakukan praktik yang meragukan secara etis untuk mencapai tujuan keuangan. Tekanan ini dapat berasal dari harapan untuk memenuhi ekspektasi pasar atau untuk mendapatkan bonus dan insentif yang terkait dengan kinerja keuangan.
 - b) Kurangnya kesadaran: Banyak akuntan yang tidak menyadari pentingnya etika dalam kehidupan sehari-hari mereka, sehingga mengabaikan aspek-aspek etika dalam pekerjaan mereka. Hal ini dapat terjadi karena akuntan tidak diberi pelatihan etika yang cukup. Jika akuntan tidak memahami etika, mereka mungkin tidak dapat mengenali situasi yang memerlukan pertimbangan etis.

3. Dampak Positif dari Penerapan Etika

Pentingnya praktik akuntansi etis meningkatkan kepercayaan masyarakat dan reputasi perusahaan. Pemangku kepentingan cenderung mendukung bisnis yang terkenal dengan praktik akuntansi etis. Selain itu, perusahaan yang memiliki reputasi yang baik juga dapat meningkatkan loyalitas karyawan dan pelanggan. Karyawan yang bekerja di perusahaan dengan reputasi yang baik cenderung merasa bangga dan terlibat, yang pada pasangannya dapat menghasilkan peningkatan produktivitas dan inovasi.

Karena investor dan kreditur cenderung mendukung bisnis yang memiliki reputasi baik, kepercayaan yang dihasilkan dari praktik etis juga dapat mengurangi biaya modal. Oleh karena



itu, penerapan etika akuntansi membantu stabilitas ekonomi secara keseluruhan, bukan hanya perusahaan.

4. Tantangan dalam Menerapkan Etika

Meskipun etika akuntansi sangat penting, hal ini sering kali sulit dilakukan. Situasi di mana akuntan harus membuat keputusan moral sering terjadi. Sering kali, keputusan tersebut dapat mempengaruhi karir mereka. Oleh karena itu, dukungan dan pelatihan yang memadai sangat penting bagi akuntan untuk membuat keputusan moral.

Selain itu, akuntan harus memiliki keberanian untuk mengatakan kepada orang lain ketika mereka melihat tindakan yang tidak etis, meskipun ini mungkin berarti mereka harus menghadapi konsekuensi yang tidak menyenangkan. Untuk menciptakan lingkungan yang mendukung praktik etis, sangat penting bagi akuntan untuk membangun budaya di mana mereka dapat dengan tenang melaporkan pelanggaran etika tanpa khawatir akan dihukum.

5. Profesionalisme terhadap publik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "profesionalisme" mengacu pada kualitas, mutu, dan tindakan yang membedakan suatu profesi atau seorang profesional. Menambahnya, profesionalisme adalah sikap seorang profesional yang tekanan kemampuan dan keahliannya relevan dengan pekerjaannya. Supriadi menjelaskan bahwa istilah "profesionalisme" mengacu pada tingkat kinerja seseorang sebagai profesional atau penampilan suatu pekerjaan sebagai profesional, yang dapat berkisar dari tinggi hingga sedang.

Selain itu, profesionalisme juga mengacu pada cara anggota profesi bertindak dan berkomitmen untuk bekerja sesuai dengan standar tinggi dan kode etik yang berlaku. Dalam arti yang lebih luas, profesionalisme dapat didefinisikan sebagai pemahaman yang menghendaki pekerjaan tertentu dalam masyarakat yang dilakukan dengan keahlian, didasari rasa terpanggil, dan komitmen untuk menerima pekerjaan tersebut dengan semangat pengabdian dan siap membantu orang lain yang mengalami kesulitan. Jadi profesionalisme bukan hanya keahlian; itu juga etika, komitmen, dan tanggung jawab sosial.

Secara umum, seseorang dianggap profesional jika memenuhi tiga syarat: memiliki keahlian untuk melakukan pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya, melakukan pekerjaan atau pekerjaan dengan menetapkan standar baku di bidang yang bersangkutan, dan melakukan pekerjaan atau pekerjaan dengan mematuhi etika profesional yang telah ditetapkan. Seperti yang dinyatakan oleh Lekatompessy, profesionalisme dan profesi dapat dibedakan secara konseptual. Profesi adalah pekerjaan yang memenuhi beberapa kriteria, sedangkan profesionalisme adalah kualitas individu yang penting tanpa mempertimbangkan apakah suatu pekerjaan merupakan profesi atau tidak. Seorang akuntan publik berpengalaman harus memenuhi tanggung jawabnya terhadap masyarakat, klien termasuk rekan seprofesi untuk berperilaku semestinya.

Jika profesi menetapkan standar kerja dan perilaku yang memungkinkan penerapan praktik bisnis yang efektif sambil mempertahankan profesionalisme yang tinggi, kepercayaan masyarakat terhadap kualitas jasa audit profesional akan meningkat. Seperti yang dinyatakan oleh Lekatompessy, konsep profesionalisme kontemporer berkaitan dengan dua elemen penting: aspek struktural dan aspek sikap. Aspek struktural mencakup pembentukan tempat



latihan, asosiasi profesional, dan kode etik, dan aspek sikap yang berkaitan dengan pembentukan jiwa profesionalisme.

Menurut Hastuti dkk, profesionalisme adalah syarat utama bagi mereka yang bekerja sebagai akuntan publik. Lima dimensi profesionalisme mendefinisikan seorang profesional dalam bidangnya. Dimensi pertama menunjukkan pengabdian pada profesi; hal ini ditunjukkan dengan dedikasi untuk menggunakan pengetahuan dan kecakapan yang dimiliki serta keteguhan untuk terus melakukan pekerjaan meskipun tidak ada peningkatan tambahan. Konsep ini menunjukkan rasa tanggung jawab penuh terhadap pekerjaan. Kedua, perspektif yang dikenal sebagai “kewajiban sosial” membahas pentingnya peranan profesi dan keuntungan yang diperolehnya, baik untuk masyarakat maupun untuk profesional lainnya.

Ketiga, perspektif kemandirian mengatakan bahwa seorang profesional harus memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan sendiri tanpa tekanan dari pemerintah, klien, atau orang lain yang bukan anggota profesi. Secara profesional, setiap campur tangan dari luar dianggap sebagai hambatan. Keempat, keyakinan terhadap profesi adalah keyakinan bahwa orang yang paling berwenang memutuskan apakah suatu pekerjaan dilakukan secara profesional atau tidak adalah rekan sesama profesi, bukan orang luar yang tidak memiliki kompetensi dalam bidang ilmu dan pekerjaan tersebut. Kelima, untuk memahami hubungan dengan sesama pekerja, gunakan ikatan profesi. Ikatan ini mencakup kelompok kolega formal dan kelompok kolega informal sebagai dasar untuk melakukan pekerjaan.

Mengeksplorasi hubungan antara profesionalisme dan pertimbangan tingkat materialitas dalam proses pengauditan laporan keuangan dengan menggunakan lima dimensi profesionalisme, seperti yang disebutkan sebelumnya oleh Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara tingkat profesionalisme dan tingkat pertimbangan materialitas. Pertimbangan materialitas terakumulasi secara positif dengan profesionalisme akuntan publik. Mengingat penjelasan di atas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut: Profesionalisme membantu mempertimbangkan tingkat materialitas dalam proses audit laporan keuangan.

6. Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik merujuk pada kepercayaan masyarakat terhadap suatu individu, organisasi, atau sistem sebagai andal, jujur, dan mampu. Kepercayaan masyarakat mencakup hal-hal seperti transparansi, kejujuran, dan konsistensi dalam memenuhi harapan masyarakat. Kepercayaan publik adalah aset yang tidak terlihat dalam konteks organisasi atau profesi yang mempengaruhi legitimasi dan keberlangsungan operasi suatu entitas. Kepercayaan publik terhadap laporan keuangan sektor keuangan sangat penting untuk keberhasilan pasar modal dan tata kelola perusahaan. Investor dan pemangku kepentingan lainnya dapat membuat pilihan yang bijak dengan melihat laporan keuangan yang jelas, tepat, dan sesuai standar akuntansi. Oleh karena itu, peran auditor independen dan akuntan profesional sangat penting untuk memastikan bahwa laporan keuangan benar dan andal. Dalam hubungan, kepercayaan adalah keyakinan mitra untuk membangun kolaborasi yang menguntungkan dalam jangka panjang.

Akibatnya, masalah etika menjadi lebih penting dan lebih jelas tentang bagaimana bisnis menerapkan praktik etika dengan baik. Profesi akuntansi telah dipaksa untuk mengambil tindakan untuk mengurangi kemungkinan skandal karena munculnya skandal ini. Oleh karena



itu, membangun kepercayaan, membangun hubungan yang dapat diandalkan, dan menjaga standar etika adalah salah satu masalah terbesar bagi akuntan saat ini. Dalam etika profesi, sebuah profesi memiliki komitmen moral yang kuat, yang biasanya ditetapkan dalam aturan yang menjadi pedoman bagi setiap individu yang bekerja dalam profesi tersebut. Aturanaturan ini dikenal sebagai kode etik, yang harus dihormati dan diikuti oleh setiap orang yang bekerja dalam profesi tersebut.

Kepercayaan masyarakat terhadap laporan keuangan sangat penting untuk mendukung transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam pengelolaan keuangan organisasi. Akuntan bertanggung jawab untuk memastikan laporan keuangan yang jujur dan dapat dipercaya, sekaligus menjaga kepercayaan pemangku kepentingan. Analisis terhadap kode etik menetapkan beberapa aspek penting untuk profesionalisme akuntan. Pertama, menetapkan standar tinggi untuk profesionalisme akuntan, seperti integritas, objektivitas, dan kemandirian. Kode etik akuntansi mengatur hubungan dengan klien dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa informasi keuangan yang dihasilkan benar dan dapat dipercaya. Akibatnya, kode etik ini membantu akuntan dan pihak terkait menjaga hubungan yang baik. Selain itu, kode etik ini menetapkan tanggung jawab akuntan sosial terhadap masyarakat dan lingkungannya. Untuk bersaing di dunia bisnis, kode etik profesi diperlukan; setiap profesi harus bekerja secara profesional dan memiliki kemampuan dan keahlian yang diperlukan.

KESIMPULAN

Etika dan profesionalisme PR membentuk fondasi utama kepercayaan publik dengan menekankan integritas, kompetensi, dan komitmen pada kepentingan masyarakat, bukan hanya klien. Di era digital, tantangan seperti misinformasi dan AI menuntut praktik yang lebih adaptif, termasuk literasi AI etis dan paradigma Public Interest Relations untuk kolaborasi transparan. Penerapan ini tidak hanya memperkuat reputasi organisasi tetapi juga mendukung legitimasi profesi secara berkelanjutan. Dalam konteks PR, kepercayaan masyarakat tidak muncul tiba-tiba tetapi terbangun melalui interaksi yang terus-menerus, komunikasi yang transparan, dan kemampuan menangani krisis dengan baik. Kemampuan yang tangguh, ketaatan pada etika profesi, dan otonomi profesional menjadi indikator utama yang menetapkan kepercayaan praktisi PR di pandangan publik. Praktisi PR berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan masyarakat, sehingga profesionalisme mereka sangat berdampak pada pandangan publik, citra institusi, serta kestabilan hubungan jangka panjang. Dalam era digital, tantangan menjadi lebih rumit akibat cepatnya aliran informasi, penyebaran disinformasi, dan pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan yang memerlukan norma etika baru. Oleh karena itu, profesionalisme PR perlu terus ditingkatkan dengan menggabungkan literasi teknologi, transparansi, dan komitmen etika yang kokoh. Saat etika dan profesionalisme diterapkan secara konsisten, PR dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperkuat legitimasi organisasi, serta mendorong hubungan yang saling menguntungkan antara institusi dan komunitas. Oleh karena itu, etika dan profesionalisme tidak hanya merupakan tuntutan profesi, tetapi juga merupakan kunci strategis dalam membangun reputasi, kredibilitas, serta keberlanjutan organisasi di mata masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfayum, A., & Alamsyah, M. A. (2025). HUBUNGAN PROFESI DAN PROFESIONAL HUKUM DALAM MENJAGA INTEGRITAS. *JURNAL ILMIAH NUSANTARA*, 2(3), 728-738.
- Annisa Fitriah Mudassir. (2024). Pengaruh Etika dalam Praktik Akuntansi terhadap Kepercayaan Publik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(4), 552–561. <https://doi.org/10.54066/jrime.v2i4.3111>
- Aprilla, H., Andreas, A., & alamsyah Hasan, M. (2017). Pengaruh Profesionalisme, Pengetahuan Mendeteksi Kekeliruan, Etika Profesi, Dan Akuntabilitas Terhadap Pertimbangan Tingkat Materialitas (Studi Pada Kap Aceh, Medan Dan Palembang) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Bivins, T. H. (1993). Perhubungan masyarakat, profesionalisme, dan kepentingan publik. *Journal of Business Ethics*, 12(2), 117–126.
- Boynton, L. (2002). Professionalism and Social Responsibility: Foundations of Public Relations Ethics. *Annals of the International Communication Association*, 26(1), 223–256. <https://doi.org/10.1080/23808985.2002.11679015>
- Brooks, Leonard J. 20078. Etika Bisnis dan Profesi, Edisi 5. Penerbit Salemba Empat
- Brunner, B.R. (2019). Menempatkan kepentingan Masyarakat sebagai prioritas dalam komunikasi publik. *Journal of Public Interest Communications*, 3(1).
- Brunner, B. (2017). Community, Engagement, and Democracy: Re-envisioning Public Relations and Public Interest Communications through Civic Professionalism. *The Journal of Public Interest Communications*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.32473/jpic.v1.i1.p45>
- Dong, C., & van den Berg, M. (2025). Revisiting PR professionalism and ethics in the generative AI era through PR practitioners' insights. *Public Relations Review*, 51(3). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102582>
- Idid, S. A., & Arandas, M. (2016). Professional values, ethics, and professionalism of public relations practitioners. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(1), 287–311. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2016-3201-17>
- Indrayani, H. (2017). Etika Advokasi public relations dalam manajemen krisis reputasi. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 68-77.
- Mudassir, A. F. (2024). Pengaruh Etika dalam Praktik Akuntansi terhadap Kepercayaan Publik. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 2(4), 552-561.
- Natawilaga, S. (2018). Peran Etika Dalam Meningkatkan Efektivitas Pelaksanaan Public Relations. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1), 64-71.
- Oktaviany, S. D., Salsabila, Z., & Al Hamiid, G. (2025). Peran kode etik dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap profesi auditor. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(3), 905-914.
- Oliver, Sandra M. (2008) *Handbook of Corporate Communication and Public relations Pure and Applied*
- Urbániková et al. (2023). Faith and Doubt in Public Service Media: A Case Study from the Czech Republic. *Media and Communication*, 11(4).



- Ulfa, A., Pradana, F., Pane, H. S. P., Zanolvayah, D., & Effendi, E. (2024). Etika Profesi dan Profesionalisme Public Relation di Era Digital. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 4(3), 422–429. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i3.1575>