

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROSES PRODUKSI *PRESS RELEASE* DI WEBSITE
<https://bantulkab.go.id> OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA KABUPATEN BANTUL

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya
(A.Md.I.Kom.) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan
Masyarakat



Disusun Oleh :

Aliya Khasanah

20015464

PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROSES PRODUKSI *PRESS RELEASE* DI WEBSITE
<https://bantulkab.go.id> OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA KABUPATEN BANTUL

Tugas Akhir Berupa Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md.I.Kom.) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan Masyarakat

Disusun Oleh :

Aliya Khasanah

20015464

Disetujui Oleh :

STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA

Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan di depan tim penguji Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 30 Agustus 2023
Jam : 10.00 WIB
Tempat : Ruang Presentasi

Firdha Irmawanti, M.A
(Penguji I)

R. Sumantri Raharjo, M.Si
(Penguji II)

Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A
(Pembimbing)



Mengetahui
Ketua STIKOM Yogyakarta

Dra. Sudaru Murti, M.Si
NIP. 1960121819870220001

Mengesahkan
Kaprodi D3 Hubungan Masyarakat

Firdha Irmawanti, M.A
NIK. 060.2032.15

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Aliya Khasanah

NIM : 20015464

Judul Laporan : Proses Produksi *Press Release* di Website <https://bantulkab.go.id>
oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul

Dengan ini menyatakan :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinil, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja professional selama saya menempuh praktek kerja lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy paste*) karya saya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya tulis, selanjutnya saya mencantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar Pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah, disamping dalam catatan perut pada halaman tulisan.
3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiasi pelanggaran etika akademis, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen-dokumen terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersiap dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian informasi tersebut dipublikasikan oleh STIKOM Yogyakarta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh.

Yogyakarta, 24 Agustus 2023



Aliya Khasanah

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”

(Qs. Al Insyirah : 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeki, sehingga laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan
2. Ibu saya yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil serta doa yang tiada hentinya.
3. Diri saya sendiri Aliya Khasanah, terima kasih sudah berjuang hingga saat ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Tugas akhir ini berjudul **“Proses Produksi Press Release di website <https://bantulkab.go.id> oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Bantul”** telah selesai disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya dalam program studi D3 Hubungan Masyarakat di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Sudaru Murti, M.Si selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
2. Ibu Firdha Irmawanti, M.A selaku Kaprodi Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
3. Ibu Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu mengarahkan dan membantu saya dalam penulisan Laporan Tugas Akhir hingga selesai.
4. Segenap Dosen dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta yang telah bersedia membantu proses penyelesaian Laporan Tugas Akhir.
5. Ibu saya yang selalu membimbing, mendukung, memotivasi, dan memfasilitasi saya. Terimakasih.
6. Keluarga, dan sahabat-sahabat saya yang selalu menjadi partner terbaik.

7. Dinas Komunikasi dan Informatika Bidang Satu dan seluruh karyawan yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman baru yang tidak bisa didapat dikampus.
8. Besti saya mica yang selalu menemani dalam mengerjakan tugas kuliah maupun Laporan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh teman-teman Public Relations Angkatan 2020
10. Dan seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 24 Agustus 2023

Aliya Khasanah

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR BAGAN..... | xiii |
| RINGKASAN..... | xiv |
| BAB I | |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan..... | 4 |
| D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan..... | 5 |
| E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan..... | 6 |
| F. Metode Pengumpulan Data..... | 6 |
| BAB II | |
| KERANGKA KONSEP..... | 9 |
| A. Penegasan Judul..... | 9 |
| B. Konsep yang digunakan..... | 10 |
| 1. Public Relations..... | 10 |
| 2. Media Relations..... | 13 |
| 3. Humas Pemerintah..... | 18 |
| 4. Proses Produksi Berita..... | 22 |
| BAB III | |
| DESKRIPSI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA BANTUL...24 | |
| A. Sejarah dan Perkembangan Lembaga..... | 24 |

| | |
|--|----|
| B. Logo (<i>Corporate Identity</i>) Dinas Kominfo..... | 27 |
| C. Struktur Organisasi dan Job Deskripsi..... | 32 |
| D. Tugas Pokok Humas di Dinas Kominfo..... | 34 |

BAB VI

KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASAN.....36

| | |
|---|----|
| A. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan..... | 36 |
| 1. Aktifitas Kehumasan di Dinas Kominfo Bantul..... | 36 |
| 2. Jurnal Kegiatan PKL..... | 43 |
| 3. Deskripsi Kegiatan PKL..... | 49 |
| B. Pembahasan..... | 56 |
| 1. Proses Produksi <i>Press Release</i> | 56 |
| C. Analisis..... | 81 |

BAB V

PENUTUP.....83

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 83 |
| B. Saran..... | 83 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------|-------|
| Gambar 3.1..... | |
| Gambar 3.2..... | |
| Gambar 3.3..... | |
| Gambar 4.1..... | |
| Gambar 4.2..... | |
| Gambar 4.3..... | |

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1

RINGKASAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini mengambil judul “Proses Produksi *Press Release* di website <https://bantulkab.go.id> oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul”. Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses produksi press release yang dipublikasikan di melalui website oleh Dinas Kominfo Bantul. Konsep yang digunakan dalam penulisan laporan ini adalah pengertian *public relations*, media relations, humas pemerintah, dan proses produksi berita. Penulis menggunakan metode pengumpulan data melalui studi pustaka, wawancara, dokumentasi, dan observasi. Humas dan karyawan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam melaksanakan proses produksi *press release* menggunakan tiga tahapan proses produksi yang terdiri dari pra - produksi, produksi, dan pasca - produksi. Tahapan pra- produksi terdiri dari penerimaan agenda dan pembagian tugas peliputan, tahapan produksi terdiri dari proses peliputan dan penulisan naskah press release, serta tahapan pasca – produksi yang terdiri dari proses koreksi dan pengunggahan *press release* ke website. Dalam proses penulisan naskah *press release* telah menggunakan teknik penulisan piramida terbalik, mengandung unsur 5W+1H, serta terdapat nilai berita didalamnya.

Kata Kunci : proses produksi, *pres release*, Dinas Kominfo

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Cutlip, Center dan Broom istilah *public relations* diartikan menjadi fungsi manajemen yang mempertahankan serta membangun hubungan baik dan mempunyai manfaat antara publik dengan organisasi yang mempengaruhi kegagalan atau kesuksesan organisasi tersebut (Kriyantono, 2008:4). Di lembaga pemerintahan humas melaksanakan tugasnya sebagai pen jembatan komunikasi antara publik dengan lembaga pemerintahan. Dalam kegiatannya humas melaksanakan proses interaksi antara lembaga dengan publiknya sehingga menciptakan pendapat publik sebagai hasil yang menguntungkan keduabelah pihak, menanamkan pengertian, motivasi, serta partisipasi publik. Humas melaksanakan tugasnya sebagai pen jembatan komunikasi antara publik dengan lembaga pemerintahan.

Seiring perkembangan zaman dalam melaksanakan komunikasi, dapat dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung. Media menjadi salah satu alat komunikasi secara tidak langsung oleh humas dalam menjalankan tugasnya di lembaga pemerintahan. Media sering menjadi tolok ukur bagi publik untuk berperan terhadap topik yang diinformasikan, karena melalui media juga dapat membangun pendapat publik yang positif bagi lembaga pemerintahan. Maka dari itu lembaga pemerintahan sangat perlu melakukan *media relations*. *Media relations* sebagai kegiatan yang berkaitan dengan media komunikasi untuk

melaksanakan publikasi atau memberi tanggapan keperluan media terhadap organisasi (Lesly 1991:7). Salah satu kegiatan komunikasi humas dalam lembaga pemerintahan adalah melaksanakan publikasi informasi melalui media website resmi pemerintahan. Informasi tersebut dapat meliputi pemberitahuan atau laporan kegiatan yang ingin disampaikan kepada khalayak umum. Dalam hal ini tugas humas adalah menyelenggarakan publikasi informasi melalui produksi *press release*.

Dinas Komunikasi dan Informatika Bidang Satu Kabupaten Bantul bertugas untuk membantu bupati dalam menjalankan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika. Salah satu tujuan penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan adalah untuk mengetahui proses produksi *press release* yang diselenggarakan oleh bagian humas bidang satu di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul. Salah satu tujuan Dinas Kominfo menyelenggarakan publikasi informasi melalui produksi *press release* di website sebagai laporan kegiatan yang berisi informasi yang pantas diketahui masyarakat sehingga mendapatkan persepsi yang baik dari masyarakat. Hal tersebut sebagai salah satu bentuk upaya Dinas Kominfo membangun hubungan baik dengan publiknya.

Melihat pentingnya *press release* bagi lembaga pemerintahan terkait dengan pemberian informasi suatu kegiatan serta perkembangan lembaga pemerintahan. Maka dari itu, diperlukan berita yang memuat informasi yang berkualitas untuk membangun citra positif dan hubungan baik dengan publiknya. Oleh karena itu agar *press release* yang dibuat dapat efektif meningkatkan citra

positif serta menciptakan hubungan yang baik bagi instansi pemerintah, diperlukan pengelolaan yang tepat dalam proses produksi *press release* tersebut.

Kelompok substansi produksi dan distribusi informasi publik, Dinas Kominfo Bidang satu memiliki aktivitas untuk merumuskan serta melaksanakan kebijakan praktik bidang komunikasi dan informatika. Salah satu bentuk aktivitas produksi *press release* tersebut meliputi melaksanakan liputan kegiatan sebagai bahan pemberitaan, penulisan *press release*, dan pengunggahan *press release* di website sebagai input publikasi informasi. Aktivitas pemberitaan dilaksanakan oleh seorang petugas kelompok substansi produksi dan distribusi informasi adalah mereka yang mengerti tujuan program pemerintahan yang perlu disampaikan kepada masyarakat. Kelompok substansi produksi dan distribusi informasi dituntut memiliki pengetahuan mengenai sistem pemerintahan dan memberikan informasi tentang perkembangan Pemerintah Kabupaten Bantul.

Dalam melaksanakan proses produksi *press release*, Dinas Kominfo melaksanakan beragam kegiatan seperti liputan di acara Pemerintah Kabupaten Bantul, Organisasi Perangkat Desa, ataupun kegiatan menarik yang ada di Kabupaten Bantul. Produksi *press release* diawali dengan proses peliputan kegiatan, oleh kelompok substansi produksi Selanjutnya pada tahap penulisan *press release* wajib memenuhi syarat 5W + 1H, memiliki nilai berita serta dalam penyusunnya menggunakan piramida terbalik dengan kalimat yang mudah di pahami dan benar adanya. Kemudian berita tersebut diunggah melalui website resmi Pemerintah Kabupaten Bantul oleh kelompok distribusi informasi. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk menganalisis tentang produksi

press release yang diunggah di website oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah yang diajukan dalam Penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah **“Bagaimana Proses Produksi Press Release di website <https://bantulkab.go.id> oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Bantul?”**.

C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Tujuan dari Pelaksanaan Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan ini adalah :

1. Memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi DIII Jurusan Public Relations di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
2. PKL dapat membantu mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama di jenjang perkuliahan.
2. Meningkatkan ketrampilan, menggali dan mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran diluar kampus dan berinteraksi langsung dengan dunia kerja untuk menambah pengalaman mahasiswa.
3. Mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi tenaga yang siap di dunia kerja.
4. Mengetahui gambaran secara nyata tentang penerapan dari ilmu teori maupun praktikum yang diperoleh dari perkuliahan yang kemudian terdapat di dunia kerja.

5. Mengetahui secara langsung peran humas dalam melakukan publikasi melalui press release di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul.

6. Mengetahui pentingnya publikasi press release serta berbagai kegiatan humas di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul.

D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL)

1. Manfaat Praktis :

a. Dinas Komunikasi dan Informatika dapat melaksanakan kewajiban sosialnya dalam bidang pendidikan.

b. Dinas Komunikasi dan Informatika dapat melakukan pengamatan terhadap calon tenaga kerja yang mungkin dapat sebagai pertimbangan dalam perekrutan tenaga kerja.

2. Manfaat Akademis:

a. Penulis mendapatkan wawasan baru dan pengalaman kerja secara nyata di dunia kerja.

b) Penulis dapat mengaplikasikan teori dan ilmu yang diperoleh sewaktu perkuliahan melalui praktek kerja nyata.

c) Sebagai bekal penulis untuk mempersiapkan diri menghadapi tantangan di dunia kerja setelah menamatkan pendidikan dibangku kuliah.

E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan pada:

E.1 Tempat

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul

Alamat : Komplek Parasamya Jl. RW. Monginsidi, Nomor 1 Bantul

Telepon : (0274)367509

Email : diskominfo@bantulkab.go.id

E.2. Waktu

Tanggal : 21 Februari – 3 Mei 2023

Hari : Senin – Jumat

Waktu : 07.30 – 16.00 WIB

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada peran humas dalam publikasi melalui *press release* adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Kajian Pustaka merupakan proses umum yang dilalui untuk memperoleh teori terdahulu. Penggunaan kajian pustaka ini bermanfaat untuk menelusuri sumber tulisan. Selain itu dapat menambah wawasan penulis berkaitan dengan keperluan objek penelitian. Untuk itu, penulis mengumpulkan berbagai teori yang sesuai berkaitan dengan pembuatan *press release* yang terdapat di buku saat dibangku perkuliahan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih sebagai bentuk komunikasi lisan, yang dilaksanakan secara langsung dan tidak langsung guna memperoleh informasi untuk mencapai tujuan. Penulis melakukan wawancara dengan Syifaa Shaabirina Lissalmi, selaku Pranata Hubungan Masyarakat di Dinas Komunikasi dan Informatika bidang satu Kabupaten Bantul.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2018:476) sebagai sistem yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan data dalam bentuk buku, dokumen, tulisan angka, arsip, dan gambar yang berbentuk laporan keterangan.

4. Observasi Partisipan

Observasi menurut Sugiyono (2018:229) adalah cara memperoleh data yang memiliki ciri khas dibandingkan dengan teknik lain. Observasi tidak hanya pada seseorang, namun juga pada objek lain. Melalui Observasi penulis dapat belajar dan melakukan pengamatan terhadap situasi kondisi lingkungan kerja dan makna dari hal tersebut. Observasi yang penulis lakukan adalah pengamatan terhadap proses produksi *press release* yang dipublikasikan di website <https://bantulkab.go.id> oleh Dinas Kominfo Bantul mulai dari tanggal 21 Februari 2023 hingga 3 Mei 2023.

BAB II

KERANGKA KONSEP

A. Penegasan Judul

Dalam penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan ini, berfokus pada proses produksi *press release* di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul. Di dalamnya akan membahas mengenai produksi, *press release*, serta website sebagai media mempublikasikan informasi. Produksi merupakan proses untuk menciptakan suatu jasa atau barang, biasanya tahapan tersebut dilakukan untuk menambah nilai guna suatu jasa atau barang. Proses produksi terdiri dari 3 tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Press release sebagai bentuk tulisan yang berisi informasi tentang peristiwa atau kegiatan yang sedang terjadi untuk disampaikan kepada publik. Produksi *press release* yang akan dibahas adalah proses produksi yang dimulai dari penerimaan agenda oleh kepala bidang, yang kemudian dilaksanakan pembagian penugasan oleh tim peliputan, dilanjutkan dengan proses peliputan untuk mencari data atau informasi sebagai bahan penulisan *press release*, serta tahapan terakhir yaitu koreksi naskah *press release* dan pengunggahan *press release* di website.

Langkah produksi *press release* yang dimaksud dalam penulisan laporan ini terdiri dari tiga tahapan yaitu, pra- produksi, produksi dan pasca-produksi. Pra-produksi sebagai kegiatan perencanaan dari kegiatan produksi, pada tahap ini Kepala Bidang telah menerima agenda peliputan yang kemudian dilaksanakan pembagian petugas peliputan. Produksi adalah tahap keseluruhan pelaksanaan

produksi yang terdiri dari proses peliputan dan penulisan naskah *press release*. Pasca-produksi sebagai tahap terakhir yakni proses koreksi naskah *press release* yang kemudian dilanjutkan dengan pengunggahan ke website. Jadi proses produksi *press release* yang diunggah di website ini proses pembuatan *press release* yang melalui tahapan pra-produksi yang terdiri dari penerimaan agenda dan pembagian tugas liputan, tahapan produksi yang terdiri dari kegiatan liputan dan penulisan naskah *press release*, serta tahapan pasca-produksi yang terdiri dari koreksi dan pengunggahan *naskah press release* di website.

B. Konsep yang digunakan

1. Pengertian Public Relations

Definisi atau pengertian *Public Relations* sebagai bidang akademis sangat beragam. Definisi tersebut disesuaikan melalui adaptasi yang konstan dengan kebutuhan masyarakat. *Public Relations* telah dipraktikkan banyak perusahaan negeri maupun swasta serta lembaga pemerintahan. Menurut Cutlip, Center & Broom (Kriyantono, 2008:4) mendefinisikan *public relations* sebagai fungsi manajemen yang mempertahankan, membangun hubungan baik serta bermanfaat bagi organisasi dan publik yang mempengaruhi kegagalan dan keberhasilan organisasi tersebut. IPRA (*International Public Relations Association*) mendefinisikan *public relations* sebagai fungsi *management* dari ciri ciri yang tersusun dan berkesinambungan melalui organisasi atau lembaga untuk mendapatkan pengertian, dukungan dan simpati dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini public diantara mereka.

Untuk mengkaitkannya, sedapat mungkin kebijaksanaan dan prosedur yang lebih efisien. (Ardianto, 2008: 34).

Selain pengertian tersebut terdapat lagi pengertian *public relations* yang lain. Namun pada hakikatnya terletak persamaan pada kegiatan *public relations* yang ditujukan pada Pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara lembaga pemerintahan dengan publiknya. Menurut Jhon E. Marston “Public Relations is planned, persuasive communication designed to influence significant public”. Dalam terjemahannya *Public Relations* adalah kegiatan komunikasi *persuasive* dan tersusun yang dirancang untuk mempengaruhi publik yang relevan (Kriyantono, 2008:3).

Onong Uchjana Effendy mendeskripsikan *public relations* sebagai komunikasi dua arah antara publik dengan organisasi sebagai timbal balik untuk mendukung tujuan dan fungsi manajemen dengan pemenuhan kepentingan bersama dan meningkatkan pembinaan kerjasama (Kriyantono, 2008:3). Sementara, tokoh profesional dan akademik pada bidang humas, Rex F. Harlow, mendefinisikan *public relations* melalui identifikasi elemen-elemen utamanya. Definisinya yaitu *public relations* merupakan fungsi manajemen khusus yang menjaga dan membantu garis komunikasi, perolehan mutual kerja sama antara organisasi dengan publiknya, pemahaman bersama, *public relations* melibatkan manajemen problem atau manajemen isu, *public relations* membantu manajemen agar tetap tanggap dan mendapat informasi aktual tentang tanggapan publik, *public relations* mendefinisikan dan memfokuskan tanggung jawab manajemen untuk merespons kebutuhan publik, *public relations* membantu manajemen agar

selalu mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan pr dalam hal ini sebagai prosedur peringatan dini untuk mengantisipasi (*trends*) perubahan melalui penelitian dan komunikasi yang sehat dan bermoral sebagai alat utamanya (Cultip,Center,Broom, 2006 : 5).

a. Tugas dan Fungsi Public Relations

Fungsi *public relations* merupakan harapan publik terhadap peran yang harus dilaksanakan oleh *public relations* sesuai dengan kedudukannya sebagai seorang *public relations*. Dalam buku *Public Relations Writing*, (Kriyantono,2008:18) secara garis besar fungsi dari public relations adalah:

- a. Menjaga komunikasi harmonis antara perusahaan dan masyarakat
- b. Memberikan pelayanan yang baik untuk kepentingan umum
- c. Memelihara etika dan perilaku perusahaan yang baik

Cutlip & Center, (dalam Kriyantono, 2008:19) mengatakan fungsi *public relations* sebagai berikut:

- a. Mendukung aktivitas manajemen dan mencapai tujuan organisasi
- b. Membangun komunikasi dua arah yang timbal balik yaitu menyebarkan informasi perusahaan kepada masyarakat dan menyampaikan opini masyarakat kepada perusahaan.
- c. Memberikan pelayanan dan konsultasi pengelolaan perusahaan untuk kepentingan umum.

- d. Menjaga hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat baik didalam maupun diluar.

Sedangkan pada tahun 1975, menurut *Foundation for Public Relations Research and Educations*, *public relations* adalah fungsi manajemen yang tugasnya:

- a. Membantu memelihara dan mempertahankan pemahaman, komunikasi, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan audiensnya.
- b. Termasuk masalah mengenai manajemen masalah
- c. Membantu pimpinan untuk selalu memberikan informasi yang sesuai dengan masyarakat
- d. Identifikasi dan tekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik

2. Media Relations

Media relations merupakan hal penting bagi seorang *public relations*. Media relations merupakan hubungan yang terjadi antara suatu organisasi atau lembaga dengan pers. Menurut Lesly (1999:7) media relations adalah aktivitas terkait media yang dimaksudkan untuk mengiklankan atau memuaskan kepentingan media dalam suatu organisasi. Lesly memberikan penekanan dalam media relations lebih pada publisitas (Rini Darmastuti, 2012:42).

Selain itu, Frank Jefkins (1992:98) memberikan pengertian bahwa media relations atau hubungan pers adalah upaya untuk mengupayakan informasi

kehumasan secara maksimal guna menciptakan pengetahuan dan pemahaman dikalangan masyarakat tentang organisasi yang bersangkutan (Rini Darmastuti, 2012:42). Keterikatan hubungan media dengan pers tidak hanya melalui media cetak saja namun juga terdapat pada media elektronik seperti televisi dan radio. Media relations memiliki pemaknaan yang sama dengan press relations Frank Jefkins mengategorisasikan media relations dalam pengertiannya sama dengan press relations, yaitu upaya maksimal dalam mempublikasikan pesan, informasi, guna menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan. Dan pemahaman, bukan sekedar menyampaikan pesan sesuai keinginan pengirim atau pelanggan untuk mendapatkan citra yang lebih baik dari sebelumnya.

a. Definisi Press Release

Press release atau dikenal juga dengan istilah *news-release* merupakan berita yang ditulis sebagai surat kabar ataupun ditujukan di media massa. Fungsinya untuk memberikan informasi mengenai kegiatan kehumasan yang disampaikan kepada media agar informasi yang terdapat dalam *press release* tersebut dapat dimuat oleh media sebagai berita. Menurut M. Fikri Akbar dalam buku *Public Relations 2021*, *press release* adalah informasi yang dibuat dan disusun oleh *public relations* suatu industri, organisasi atau lembaga dengan tujuan agar informasi dapat diakses oleh masyarakat melalui media massa *online* dan *offline*. Website, salah satu media massa *online* yang banyak digunakan lembaga pemerintahan sebagai sarana publikasi *press release*. Pemilihan website

sebagai sarana publikasi *press release* agar masyarakat dapat mengakses secara mudah, fleksibel, dan dapat menerima berita secara aktual. Selain itu bagi lembaga pemerintahan publikasi *press release* melalui website ini dapat sebagai bentuk laporan kegiatan yang telah dilaksanakan pemerintahan.

b. Penulisan Prees Release

Press Release atau *news release* merupakan informasi yang ditulis dalam bentuk berita baik secara online maupun offline. *Press release* dibuat oleh seorang humas suatu organisasi atau instansi dan kemudian dikirimkan kepada petugas media massa/pers (media online, radio, televisi, surat kabar atau majalah) untuk dimuat dalam media tersebut. *Press release* layak dimuat dalam media massa apabila sesuai dengan teknik penulisannya, khususnya teknik penulisan piramida terbalik, termasuk mengandung nilai berita dan unsur menarik bagi media yang memuatnya.

Press release dalam penulisannya menggunakan teknik piramida terbalik, yang dimulai dengan membuat teras berita yang didalamnya berisi unsur 5W+1H, kemudian tubuh berita, serta yang terakhir menulis judul berita. Menurut (Elvinaro Ardianto, 2011:171-172) Sebuah *press release* layak dimuat di media massa apabila memuat nilai berita, kepentingan, kedekatan, hal yang dapat terjadi, lengkap dengan unsur 5W+ 1H (What, Where, When, Who, Why, How), serta disusun dengan teknik piramida terbalik.

Alasan pemilihan penulisan *press release* menggunakan teknik struktur piramida terbalik agar dapat mempermudah penyuntingan bagi pihak redaksi.

Selain itu, struktur ini membantu pembaca yang tidak punya banyak waktu untuk membaca berita keseluruhan, mereka dapat menangkap pokok informasi pada paragraf pertama mengenai informasi yang ingin disampaikan oleh penulis. Menurut Kriyantono (2008:118) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations Writing*, komposisi atau struktur berita terdiri dari tiga hal, yaitu :

1. Judul (Kepala berita atau *headnews*)

Judul merupakan hal pertama yang dilihat oleh pembaca, maka dari itu dalam penulisan judul sebaiknya harus menarik dan mencerminkan isi berita, agar merangsang minat pembaca untuk membaca.

2. Teras Berita (*Lead*)

Teras berita merupakan inti yang terletak diawal paragraf. Teras berita harus terlihat “cantik” dan menarik. Maka, “gagal membuat teras berita, maka gagal menarik perhatian pembaca.”

3. Tubuh Berita (Isi atau *newsbody*)

Isi berita merupakan uraian berita secara lengkap. Model piramida terbalik adalah model yang paling sering digunakan dalam membuat berita. Penulisan menggunakan model tersebut, dimulai dengan menulis informasi yang dianggap penting kemudian semakin ke bawah semakin kurang penting. Pada alinea bawah informasi yang diuraikan merupakan pendukung alinea diatasnya, demikian seterusnya.

Unsur dan Nilai Berita:

Suatu berita yang baik adalah berita yang mencakup unsur-unsur berita yang biasa kita kenal sebagai unsur 5W+1H. Unsur-unsur berita tersebut adalah:

- a. What, merupakan penekanan pada aspek apa dari kejadian atau peristiwa.
- b. Who, merupakan penekanan pada kata siapa, seseorang dibalik suatu peristiwa.
- c. When, menekankan pada sisi waktu, kapan peristiwa itu terjadi.
- d. Where, menekankan pada sisi tempat kejadian peristiwa.
- e. Why, menekankan tentang bagaimana peristiwa tersebut terjadi.

Kelayakan berita untuk di publikasikan atau tidak tergantung dari nilai berita. Nilai berita atau news value sebagai pedoman bagi redaksi untuk menilai suatu berita tersebut. Menurut Kriyantono (2008:114) dalam bukunya Public Relations Writing, berita diyakini akan dapat memikat pembaca jika berkaitan dengan nilai berita. Nilai-nilai berita tersebut adalah:

- a. Sesuatu peristiwa yang aktual atau terbaru
Informasi yang baru memiliki nilai yang lebih tinggi. Khalayak akan lebih tertarik membaca informasi yang baru agar tidak ketinggalan zaman serta dapat mengangkat status pergaulan sosial.
- b. Proksimitas (Kedekatan)
Unsur kedekatan akan menarik orang untuk membaca berita, baik secara emosional maupun geografis.
- c. Magnitude (Kebesaran)

Berita dianggap menarik karena terdapat unsur “kebesaran” didalamnya. Artinya seberapa besar atau luas pengaruh suatu peristiwa yang termuat dalam berita terhadap publik.

d. Prominence (Kemasyhuran)

Sebuah berita akan diberitakan jika mengandung unsur kemasyhuran (ketenaran). Kemasyhuran tersebut dapat diperoleh dari orang atau objek tertentu.

e. Human Interest (Tema yang menarik)

Human interest merupakan peristiwa yang menarik perasaan orang atau membuat orang berempati dan simpati. Termasuk disinni peristiwa yang bersifat aneh (*unusual*) atau keluarbiasaan (*extraordinary*).

3. Humas Pemerintah

Humas pemerintah adalah lembaga kehumasam yang menjalankan fungsi manajemendi bidang informasi dan komunikasi secara *persuasive*, efektif, dan efisien melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka membangun hubungan dan citra baik di masyarakat. Sebagai perantara antara pemerintah dan masyarakat, Humas Pemerintah memegang peran sangat penting. Peran humas pemerintah tentu saja memiliki perbedaan dengan humas-non pemerintah. Hopkins (2015:5) Humas pemerintah memiliki perbedaan dari humas atau diplomasi publik karena secara khusus mengidentifikasi entitas yang melakukan kegiatan kehumasan. Humas Pemerintah lebih spesifik daripada diplomasi publik karena dua alasan. Yang pertama humas pemerintah lebih konsentrasi di wilayah

tertentu, dengan target dimana pemerintah memiliki yurisdiksi. Kedua, menyuarakan bahwa pemerintah mungkin tidak terlibat dalam *two way communicative*, proses pemecahan masalah dengan daerah atau negara lain. Thoriq ramdani,2022:8, *The Government Public Relations Handbook*.

Pendapat lain, menurut Rosadi Ruslan dalam bukunya *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi* (2017:341) Humas Pemerintah dan non-Pemerintah memiliki perbedaan utama yakni tidak ada unsur komersial, meskipun Humas Pemerintah mempunyai pengaruh serupa dalam kegiatan promosi, penerbitan, dan periklanan. Humas Pemerintah lebih menekankan pada pelayanan masyarakat. Sependapat dengan Betty Wahyu Nilla Sari (2012:75) dalam *Humas Pemerintahan* lebih menjelaskan bahwa humas pemerintah lebih menekankan pada pelayanan masyarakat agar dapat meningkatkan pelayanan publik. Melalui berbagai program *Government Public Relations*, pemerintah dapat menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan dalam menjalankan tugas pemerintahannya.

a. Tujuan Humas Pemerintah

Tujuan Humas Pemerintah Menurut (Broom & Sha, 2013) yaitu:

1. *Informing constituents*

Tugas utama humas pemerintah sebagai pemberi informasi. Mereka harus mengedepankan untuk selalu memastikan aliran informasi yang konstan kepada orang-orang di luar dan didalam pemerintahan utama.

2. *Ensuring active cooperation in government programs*

Melihat kebutuhan masyarakat yang semakin luas dan kompleks, berdampak pada keikutsertaan pemerintah mengikuti kebutuhan masyarakat. Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat pemerintah melakukan berbagai macam kebijakan. Maka dari itu, Humas Pemerintah mengimbau kepada masyarakat untuk bekerjasama dalam mewujudkan kebijakan tersebut.

3. *Fostering citizen support for established policies and programs*

Humas pemerintah mendorong masyarakat agar memberikan support pada kebijakan dan program yang telah ditetapkan pemerintah. Melalui Partisipasi, program pemantauan terhadap kebijakan lingkungan, kampanye pentingnya menjaga kesehatan, dan mendukung untuk memberikan bantuan terhadap bencana alam.

4. *Serving as the public's advocate to government administrators.*

Berperan sebagai advokat publik kepada pemerintah, menyampaikan opini publik kepada pengambil keputusan, mengelola masalah publik dalam organisasi, serta mendukung aksesibilitas publik kepada pejabat pemerintah.

5. *Managing information internally*

Mengelola informasi internal. Memfasilitasi dan memajukan pesan manajemen melalui berbagai alat komunikasi.

6. *Facilitating media relations*

Memberikan fasilitas hubungan dengan media. Mempertahankan hubungan dengan media, melayani sebagai perantara organisasi untuk semua pertanyaan media, memberikan informasi kepada media tentang organisasi, baik secara praktik maupun kebijakannya.

7. *Building community and nation*

Membangun komunitas dan bangsa menggunakan kampanye kesehatan masyarakat yang di sponsori pemerintah dan lainnya program keamanan publik dan mempromosikan berbagai program pengembangan sosial.

b. Fungsi Humas Pemerintah

Menurut Bertrand R. Canfield dalam buku *Public Relations* (Nelly Armayanti & Dodi Pramana, 2021:46)

Humas Pemerintah memiliki fungsi yang terdiri atas:

1. Membina komunikasi yang baik
2. Melayani kepentingan umum
3. Mengedepankan etika dan perilaku yang baik

Humas pemerintah memiliki peran *eksternal* dan *internal*. Peran *eksternal* dengan usaha mempublikasikan informasi publik secara konsisten dengan tujuan dan kebijakan organisasi. Sedangkan peran internal adalah menerima masukan, aspirasi, dan pendapat masyarakat untuk mewujudkan kebaikan bersama. Maka dari itu, Humas pemerintah berfokus pada pelayanan publik atau *public service*.

c. Tugas Humas Pemerintah

Menurut Rosady Ruslan (2014:342) dalam bukunya *Public Relations* mendefinisikan tugas pokok humas pemerintah Indonesia mencakup kepada:

1. Memastikan kebijakan pemerintah
2. Memberikan pelayanan, menyebarkan informasi tentang kebijakan dan agenda nasional kepada masyarakat
3. Menjembatani kepentingan pemerintah, memenuhi aspirasi masyarakat dan keinginan rakyat, maka menjadi humas pemerintah harus dapat menjadi komunikator dan mediator yang proaktif.
4. Melaksanakan perannya, menciptakan suasana kondusif dan dinamis bagi stabilitas politik dan Pembangunan nasional dalam jangka pendek dan jangka panjang.
5. Menjembatani pemerintah dengan masyarakat humas melaksanakan tugasnya untuk menyampaikan program dan seluruh kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah. Humas juga melaksanakan riset untuk Menyusun dasar dasar untuk memberi nasihat kepada para pejabat mengenai kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Disini komunikasi menjadi alat penting dalam melaksanakan aktivitas humas.

4. Proses Produksi Berita

Proses produksi berita memiliki kesamaan terhadap proses penulisan *press release*, kesamaan tersebut terdapat pada setiap tahap dan teknik penulisannya.

Maka dari itu, penulis memilih proses produksi berita ini sebagai kerangka konsep untuk membahas proses produksi *press release*. Menurut Wibowo (2007:39-45), serangkaian proses produksi sesuai dengan Standard Operasional Procedure (SOP), terdiri dari 3 tahapan, yaitu :

1. Pra-Produksi

Pada tahap ini dilaksanakan perencanaan dari rangkaian kegiatan produksi yang akan dilaksanakan. Tahap ini harus dilaksanakan dengan matang, karena akan menentukan tahapan selanjutnya. Jika tahapan ini dilakukan dengan baik, hasilnya pun dapat sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan proses kegiatan peliputan. Tahap peliputan ini dilaksanakan sesuai dengan tahap pra-produksi sebelumnya. Tim peliput harus mencari informasi dan data selengkap mungkin saat proses peliputan, hal tersebut sebagai bahan penulisan naskah *press release*. Data dan informasi yang lengkap akan memudahkan dalam proses penulisan *press release*.

3. Pasca-produksi

Merupakan kegiatan setelah dilaksanakannya peliputan dan penulisan naskah. Proses koreksi atau editing dilakukan pada tahap ini, yang kemudian dilanjutkan tahap pengunggahan/publikasi.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari uraian-uraian pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan praktik kerja lapangan yang telah dilaksanakan, penulis menarik kesimpulan bahwa proses produksi *press release* yang diunggah di website Pemerintah Kabupaten Bantul oleh Dinas Kominfo, meliputi tiga tahapan proses produksi yakni, tahap pra – produksi yang terdiri dari diterimanya agenda peliputan dan pembagian petugas peliputan, tahap produksi yang terdiri dari proses peliputan dan penulisan naskah *press release*, serta tahap pasca – produksi yang terdiri dari koreksi dan pengunggahan naskah *press release* di website.
2. Proses publikasi *press release*, dalam tiap tahapannya sudah dilaksanakan dengan baik. Komunikasi, kekompakan yang dibangun antara humas dan karyawan Dinas Kominfo bidang satu membuat proses produksi naskah *press release* berjalan lancar.
3. Penulisan naskah *press release* oleh humas dan karyawan Dinas Kominfobidang satu sudah memenuhi unsur penting berita 5W+1H dan mengandung nilai berita. Selain itu format penulisan naskah *press release* juga sudah menggunakan teknik piramida terbalik yang terdiri dari judul berita, teras berita, dan tubuh berita.
4. Pengunggahan naskah di website dengan pertimbangan agar informasi dapat diakses oleh masyarakat secara gratis dan aktual yang diunggah di website.

5. Aturan penulisan *press release* menggunakan minimal 2000 kata tidak terpenuhi.

B. SARAN

Saran dari penulis adalah :

1. Kepala Bidang Satu Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik lebih baik menambah karyawan untuk tim bagian peliputan agar tidak ada lagi kegiatan yang tidak terliput.
2. Selain menambah SDM, Kepala Bidang Satu Dinas Kominfo ada baiknya menambah peralatan. Tersedianya peralatan yang memadai akan memudahkan proses peliputan dan juga kenyamanan dalam bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar M. Fikri, Yuli Evadiani, Immawati Asniar. 2021, *Public Relations*, Yogyakarta: Penerbit Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.

Armayanti Nelly, Dodi Pramana. 2021, *Public Relations*, Medan: Merdeka Kreasi. Ruslan, Rosady. 2006, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Cutlip Scott M, Allen H. Center, Glen M. Broom. 2006, *Effective Public Relations*, Jakarta: Kencana.

Darmastuti, Rini. 2012, *Media Relations-Konsep, Strategi, dan Aplikasi*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Fred, Wibowo. 2007, *Teknik Produksi Program Televisi*, Surabaya: Pinus Book Publisher

Kriyantono, Rachmat.2008, *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nilla Sari, Betty Wahyu. 2012, *Humas Pemerintah*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ramadani, Thariq.2022, *The Government Public Relations Handbook*, Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media.

Sugiyono. 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.

Website:

Dinas Komunikasi dan informatika Kabupaten Bantul

<https://diskominfo.bantulkab.go.id>. Diakses tanggal 19 Mei

2023.

Pemerintah Kabupaten Bantul. <https://bantulkab.go.id>. Diakses tanggal 21 Mei

2023.

Lampiran :



FORMULIR PENILAIAN

Nama Instansi / Perusahaan : Dinas Kominfo Kab. Bantul.
 Nama Penilai : Sulfaa Chaabirina Lissalmi, S.I.Kom
 Jabatan : Pranata Hubungan Masyarakat
 Alamat Kantor / Perusahaan : Jl. R.W. Monginsidi Komplek Parasamya
 Nomor Telephon : 025 72945956
 Nama Mahasiswa yang dinilai : Aliya Khasanah
 PKL/ Magang di bagian : Bidang Pengelolaan Informasi & Komunikasi Publik
 Mulai PKL/ Magang Sejak : 21 Februari 2023

| Jenis Kemampuan | Tanggapan / Komentar Pihak Pengguna ** | | | | |
|-----------------------------------|--|------|-------|--------|---------------|
| | Sangat Baik | Baik | Cukup | Kurang | Sangat Kurang |
| Komunikasi | ✓ | | | | |
| Kerjasama | ✓ | | | | |
| Kemandirian | ✓ | | | | |
| Kreativitas | ✓ | | | | |
| Kemampuan menggunakan alat modern | ✓ | | | | |

** Mohon diisi dengan tanda ✓ pada kolom isian diatas

Komentar lain / saran – saran :
 Terus semangat belajar dan perbanyak pengalaman,
 semoga sukses!

Selasa 02 Mei 2023
 Penilai

 Sulfaa Chaabirina
 Tanda Tangan & Cap Instansi / Perusahaan