BAB IV

Pengelolaan Press Release oleh Corporate Image Care Melalui Website DPRD Provinsi Jawa Barat

Sebuah perusahaan atau organisasi diharapkan dapat secara profesional dan terbuka dalam berkomunikasi dengan publik dan media. Harapan tersebut merupakan dasar pertimbangan dicantumkannya seluruh *press release* dalam *website* atau situs perusahaan.

4.1 Pembuatan *Press Release* DPRD Prov. Jabar

Press release DPRD Provinsi Jawa Barat adalah hasil karya divisi *Corporate Image Care* yang dikaryakan sejak tahun 2001. Tujuan dibuatnya *release* adalah sebagai media pemberitaan, promo dan program perusahaan. Merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan untuk mempublikasikan *release* yang telah dibuat dan merupakan suatu keharusan bagi divisi *Corporate Image Care* DPRD Provinsi Jawa Barat untuk berkarya dalam mempublikasikan press release secara berkala dan kontinyu.

Dengan ditulisnya *release* secara rutin merupakan harapan bagi perusahaan untuk membina hubungan yang baik dengan media, terutama dengan wartawan. Adalah keharusan bagi divisi *Corporate Image Care* untuk kreatif membuat program baru yang dapat dijadikan sebagai bahan *press release* yang menarik dan dapat mencerminkan citra positif bagi perusahaan.

Iklim DPRD Provinsi Jawa Barat yang dinamis mempengaruhi cara ditulisnya *press release* perusahaan, yaitu mengutamakan kejelasan dan kemudahan bagi media untuk mendapatkan informasi. Hal tersebut menjadikan setiap *release* menjdi menarik untuk dibaca dan jelas. Di sinilah letak menariknya *press release* DPRD Provinsi Jawa Barat.

4.1.1 Bahan Berita

Pembuatan *release* DPRD Provinsi Jawa Barat berawal dari adanya topik yang hendak disiarkan pada publik. Topik tersebut antara lain:

- Berupa program atau kegiatan seperti lomba, CSR
- Pengumuman misalkan laporan tahunan
- Promo misalkan kunjungi anjugan Jawa Barat di TMII Jawa Barat, partisipasi Jawa Barat pada World Expo Shanghai China dan Business Meeting di Beijing yang dilaksanakan dari tanggal 4 Juli – 11 Juli 2010.

Proses dibuatnya *press release* berawal dari adanya program baik promosi dan informasi yang diajukan oleh divisi lain maupun oleh divisi *Corporate Image Care* sendiri.

Menurut Djafar H. Assegaff dalam blog "*kangkoez9.blogspot.com/2009_05_01_archive.html*". Suatu informasi layak dimuat dalam media massa jika memenuhi salah satu nilai berita sebagai berikut: termasa (baru), jarak, penting / ternama, keluarbiasaan, akibat, ketegangan, pertentangan, seks, kemajuan-kemajuan, emosi dan humor.

Adapun *Corporate Image Care* DPRD Prov. Jabar memilih berita-berita berdasarkan nilai berita karena termasa, penting, ternama, jarak, akibat dan kemajuan-kemajuan. Untuk nilai berita Humor, seks, emosi, ketegangan, pertentangan tidak sesuai dengan image DPRD tidak pernah dijadikan criteria untuk memilih bahan berita.

4.1.2 Pembuatan Press Release

Press release dibuat oleh divisi *Corporate Image Care* Kemudian draft atau rancangan. Kemudian dilakukan *crosscheck* apabila release tersebut merupakan permintaan divisi lain. Setelah di cek ulang, segala sesuatu di dalam release sudah merupakan tanggung jawab divisi *Corporate Image Care.*

Setelah itu dibuat *hardcopy release* yang kemudian diteruskan kepada Manajer Internal Humas DPRD Provinsi Jawa Barat lalu diserahkan pada media berupa *softcopy* atau dipublikasikan melalui website. Namun penulisan *release* tidak sampai disitu saja, Divisi *Corporate Image Care* selalu menyerahkan *press release* berupa *hardcopy* kepada rekan wartawan setiap minggunya, karena setiap minggu selalu diadakan *press confrence* atau *press gathering*. Dalam acara tersebut, rekan wartawan selalu menerima *hardcopy* dari *release* yang diterbitkan selama pekan tersebut.

Setiap *release* hendak disiarkan juga kepada *General Manager* dan *Head of Departement* lain sebagai bahan referensi untuk para pegawai, karena dinilai setiap divisi sebaiknya mengetahui apa yang sedang berlangsung dalam

perusahaan atau dengan kata lain release tersebut dijadikan *FYI (for your information).*

Penulisan *Press Release* biasanya dibuat dengan gaya piramida terbalik seperti halnya wartawan menulis berita. Dimulai dengan membuat *Lead* (kepala berita) yang mengandung unsur 5W + 1H (*What, Where, When, Why, Who, and How*). Penulisan dengan gaya ini berarti menulis berita dari mulai yang sangat penting (*lead*) sampai yang kurang penting. Dalam membuat *press release*, DPRD Provinsi Jawa Barat sudah memenuhi unsur 5W + 1H.

Pada pembuatan *press release*, DPRD Provinsi Jawa Barat sudah memenuhi Bahasa Indonesia Jurnalistik yang benar dan sesuai dengan etika dan Hukum Pers yang berlaku yaitu aspek moral individu, kode etik profesi, prinsip dan hukum ekonomi atau bisnis, norma dan tata nilai dalam masyarakat, dan UU hukum pidana yang tertuang dalam *press relation*, menurut Bapak Agus (Manajer Corporate Image Care) dalam wawancara pada tanggal 10 mei 2011.

Penulis mengambil salah satu contoh *Press Release* yang berjudul "Ketua DPRD PROVINSI JAWA BARAT Mengikuti Rangkaian Kunjungan Kerja Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Ke PT. Ganeca Exact Di Kabupaten Bekasi", penjelasan 5W + 1H nya adalah sebagai berikut:

a. *What*: Topik pembahasannya adalah tentang Ketua "DPRD Provinsi Jawa Barat Mengikuti Rangkaian Kunjungan Kerja Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Ke PT.Ganeca Exact Di Kabupaten Bekasi".
b. *Where*: Lokasi kegiatan dilakukan di MM 2100 Cibitung, Kabupaten Bekasi.

c. *When*: Waktu kegiatan dilaksanakan pada Hari Minggu tanggal 21-8-2011.
d. *Who*: Berita ini didapat dari Bagian Manajer Humas DPRD PROVINSI JAWA BARAT, Aman Rusli.
e. *Why*: Agar *stakeholder*, media massa dan publik eksternal mengetahui bahwa Pihak PT. Ganeca Exact Sangat mengapresiasi kebijakan yang berkenan dengan perhatian Pemerintah Terhadap kemajuan Industri Kreatif dan Pendidikan. Kegiatan ini juga bertujuan untuk menyukseskan program perintah khusus di bidang Pendidikan.
f. *How*: Program yang diusung oleh PT. Ganeca Exact diimplementasikan dalam bentuk bantuan-bantuan dalam hal pendidikan seperti buku-buku dan CD pembelajaran, yang diharapkan dapat memberikan manfaat lebih bagi para pembacanya dan menimbulkan sisi kreatif dalam diri pembacanya. Sehingga diharapkan dapat menciptakan pribadi yang mandiri dan kreatif sebagai landasan terciptanya kemajuan industri yang kreatif dari dunia pendidikan.

Press Release yang dibuat oleh HUMAS DPRD Jawa Barat terdiri dari 1(satu) halaman. Berikut gambar dari *press release* melalui website DPRD Jawa Barat:

Gambar 4 1 Sumber didapat dari http://dprd.jabarprov.go.id/news=press-release-sby

PRESS RELEASE

No : / Humas / VII / 2010

Ketua DPRD Jawa Barat Mengikuti Rangkaian Kunjungan Kerja Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Ke PT. Ganeca Exact Di Kabupaten Bekasi

Presiden R.I Susilo Bambang Yudhoyono bersama rombongan telah melakukan kunjungan kerja, ke PT. Ganeca Exact, perusahaan tersebut bergerak di bidang percetakan, yang belokasi di MM 2100 Cibitung, Kabupaten Bekasi pada Hari Rabu (21/7).

Pada acara tersebut dihadiri Ketua DPRD Jawa Barat Ir. Irfan Suryanegara, Gubernur Jawa Barat Ahmad Heryawan, Pangdam Metro Jaya Mayjen. Marciano Norman, Polda Metro Jaya Irjen Polisi Timur Pradopo, Ketua DPRD Kab. Bekasi Syamsul Falah, Bupati Kab. Bekasi DR. H. Sa'diduiln. M.M.

Sebelum acara dimulai Presiden bersama rombongan diikuti para undangan yang hadir di PT. Ganeca Exact dipersilahkan untuk melakukan makan siang bersama pada tempat santap yang sudah disediakan. Usai acara makan siang dilanjutkan dengan temu wicara bersama Presiden dengan diawali sambutan Presdir PT. Ganeca Exact Ir. Ketut Suardhana mengatakan pihaknya sangat mengapresiasi kebijakan yang berkenaan dengan perhatian Pemerintah terhadap kemajuan industri kreativ dan pendidikan. Suardhana menambahkan "Perusahaan dalam Negeri Ganeca siap menyukseskan program Perintah khusus di bidang Pendidikan" demikian imbuh Ketut selaku Presdir PT. Ganeca Group.

Dalam kesempatan tersebut, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyaksikan bantuan tali kasih sebagai wujud kepedulian untuk kemajuan pendidikan berupa bantuan buku-buku dan CD pembelajaran tersebut diberikan secara simbolis kepada Perguruan Islam Al-Fajar Bekasi. Presiden juga menyaksikan bantuan berupa buku-buku tentang mitigasi (pencegahan) bencana alam kepada Empat Provinsi di Indonesia yang rawan gempa, tanah longsor dan tsunami. Empat Provinsi yang dimaksud adalah Pemerintah Daerah (Pemda) Jawa Barat, Pemda Sumatra Barat, Pemda Bengkulu dan Pemda Nangroe Aceh Darusalam.

Hadir dalam kunjungan Presiden tersebut para Menteri Kabinet Indonesia Bersatu II. Diantaranya Menteri Sekretaris Negara Sudi Silalahi, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Hatta Rajasa, Menteri Perindustrian MS. Hidayat, Menteri Perdagangan Mary Elka Pangestu, Menteri Pendidikan Nasional Muhamad Nuh, Menteri Sumber Daya Mineral Darwin Zahedy Saleh.

Acara usai rombongan Presiden bersama Muspida Jawa Barat dilanjutkan Check On The Spot di areal produksi PT. Ganeca Exact.

Bandung, 22 Juli 2010

DPRD Jawa Barat

Aman Rusli

Dapat dilihat pada *release* di atas, *lead* berita yang digunakan dapat digolongkan pada lead deskriptif atau lead peg atau pasak yang dijadikan pokok berita. Jika diperhatikan pada umumnya release di web site DPRD Prop. Jabar, banyak menggunakan *lead*, deskriptif, Peg dan kutipan pernyataan dari pejabat yang diberitakan.

Selain penulisan berita, divisi *Corporate Image Care* juga menyiapkan kelengkapan berita berupa foto-foto berita jika dibutuhkan yang akan menambah daya tarik berita tersebut. sebagai contoh berikut adalah foto berita.

Gambar 4 2 DPRD JABAR SETUJUI RAPERDA P2APBD TA 2011



19 Juli 2012 | 12:23 WIB

Gambar 4 3 KOMISI D TINJAU PELAKSANAAN PROGRAM AIR MINUM DI CIREBON



4.2 Pengevaluasian Press Release Oleh Corporate Image Care

Sebelum *press release* di-upload dan disebarkan, tentu oleh penulis naskah akan dilakukan *editing*. Mulai dari ejaan harus memenuhi kriteria EYD, penggunaan bahasa jangan menggunakan bahasa yang tidak dimengerti umum, huruf besar, sampai bentuk huruf. Format pengetikan menggunakan huruf *Times New Roman* ukuran 12 spasi before 0 pt after 0 pt Line Spacing *single*. Judul dipastikan menggunakan kalimat aktif, Namun jumlah kata pada lead tidak dihitung lagi, karena sudah menjadi kebiasaan sehingga pada umumnya lead tidak akan terlalu panjang.

Setelah *press release* dimuat di website, Bpk. Suprapto Bag. Penerangan melakukan evaluasi ulang, apakah *press release* yang dimuat di website sesuai dengan berita yang didapat. Bila ada kesalahan dalam penulisan *press release* tersebut, pihak *Corporate Image Care* DPRD Provinsi Jawa Barat akan langsung memperbaiki sesuai dengan berita sebenarnya walau dengan gaya penulisan yang berbeda. Karena bila terjadi kesalahan, *stakeholder* dan masyarakat akan berpandangan negatif tentang berita tersebut.

4.3 Kategori *Press Release* yang dipublikasikan

Menurut Bivins dalam Soemirat dan Ardianto (2007;54) mengatakan bahwa semua p*ress release* memiliki format yang sama, sebenarnya memiliki perbedaan penekanan pada informasinya. Kategori jenis-jenis *release* ini diambil untuk mengetahui apa saja *release* yang dikeluarkan oleh perusahaan, yaitu melalui *matriks* tabel dibawah ini:

Table 1 Table Jumlah Press Release

Jenis release	JUMLAH
Basic Publicity Release	3
Product Release	2
Financial Release	0
TOTAL	5

(Sumber:corporate image care)

Jumlah *press release* yang dikeluarkan oleh DPRD Provinsi Jawa Barat pada semester kedua tahun 2010 adalah 5 (lima) *release*. Dari *tabel matriks* tersebut membuat *basic publicity release* paling banyak. Hal tersebut tidak lepas dari hakikat penulisan *release,* yaitu untuk dimuat pada media massa yang diharuskan memiliki nilai berita seperti layaknya sebuah berita. Praktisi Humas harus dapat mengolah informasi sedemikian rupa agar bisa menjadi *press release* yang memiliki nilai berita dan sesuai dengan karakteristik media massa dan publik media massa tersebut. DPRD Provinsi Jawa Barat membuat *basic publicity release* paling dominan dikarenakan pada tahun 2010 DPRD Provinsi Jawa Barat sedang dalam upaya peningkatan pelayanan terhadap masyarakat seperti dibangunnya beberapa solusi kemacetan di jalan raya. Hal tersebut sesuai dengan yang dipaparkan oleh Dirut utama DPRD Provinsi Jawa Barat, Ignasius Jonan, dalam salah satu *press release* DPRD Provinsi Jawa Barat pada tanggal 28 oktober 2010; Komitmen DPRD Provinsi Jawa Barat: Saatnya Untuk Berubah,

“Tahun ini merupakan tahun terpenting bagi kami untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarat dan juga mempercepat pertumbuhan kota-kota di Jawa Barat menjadi kota-kota yang mandiri, kreatif dan inovatif”.

Contoh *basic publicity release* seperti *release* DPRD Provinsi Jawa Barat tanggal 3 November 2010 dengan judul ”Jawa Barat Peduli Merapi” pada *release* tersebut terdapat beberapa nilai berita dan *release* tersebut merupakan *release* yang menyangkut kepentingan orang banyak,sehingga digolongkan *basic publicity release.*

Menurut Hutabarat dalam Soemirat dan Ardianto (2007;61), *press release* harus memiliki fungsi selain bagi media yang terpenting adalah bagi pembaca atau pendengar. Sehingga dengan ditulisnya basic publicity release lebih dominan dari product release dan financial release merupakan tujuan konkrit perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat melalui penciptaan berita yang menarik dan sekaligus dapat membentuk pola pikir masyarakat seperti yang diinginkan perusahaan.

Sekarang, bukan hanya pemegang saham yang berhak atas informasi keuangan tetapi publik pun juga berhak disodori informasi keuangan. Informasi ini akan menjadi penilaian publik tentang kredibilitas DPRD. Meski informasi keuangan ini sering juga menjadi konsumsi umum bila menyangkut Organisasi besar atau nilai keuangan yang besar. *Financial release* tidak dimuat di website DPRD Provinsi Jawa Barat namun, di publikasikan di majalah kontak Produksi DPRD Provinsi Jawa Barat.

4.4 Pengelolaan Press Release oleh Corporate Image Care

Corporate Image Care DPRD Pov. Jabar bertanggung jawab untuk mengelola *press release* dan menyebarkannya melalui website DPRD Provinsi Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id/ Kegiatannya mencakup:

Mencari sumber berita yang memenuhi syarat nilai berita, Sumber berita bisa saja berasal dari bagian lain diluar humas. Jika tidak ada, humas dapat menyelenggarakan *event* yang dapat dijadikan berita. Sebelum melaksanakan kegiatan biasanya dilakukan Jumpa *Pers* dilakukan terlebih dahulu. Jumpa *pers* ini berfungsi sebagai tempat publikasi kegiatan yang akan berlangsung. Prosesnya yaitu, setelah *Press Release* dibuat dan sudah melalui tahap *editing*, kemudian *Press Release* dibagikan kepada wartawan yang hadir dalam pertemuan jumpa *pers.* Para wartawan tidak hanya mendapat berita dari *Release* yang dibuat *humas* DPRD Provinsi Jawa Barat tapi dapat juga dari Narasumber dalam Jumpa *Pers* tersebut.

Kelebihan acara ini dibandingkan dengan hanya penyebaran *Press Release* yaitu terletak pada sesi Tanya Jawab. Dengan adanya *forum* diskusi ini, memungkinkan wartawan memperoleh banyak informasi dan berita yang disampaikan pun tak menutup kemungkinan bisa dimuat pada halaman utama bahkan berita utama dalam rubriknya.

Menuliskan *press release* adalah tahap selanjutnya setelah menemukan bahan yang memenuhi nilai berita, Penulisan dilakukan dengan mengindahkan bentuk piramida terbalik, agar memudahkan wartawan media massa yang membutuhkan materi dalam meng-unduh tulisan tsb.

Tidak ada keharusan untuk menyiarkan *release* dengan jumlah tertentu tiap minggunya, namun divisi *Corporate Image Care* diharapkan mampu menciptakan program untuk dapat menciptakan promo yang variatif dan menarik. Sehingga, dari adanya promo atau program tersebut dapat menjadi bahan dibuatnya *press release* dan juga berpotensi untuk membina hubungan baik dengan kawanan media. Meski tidak ditetapkan jumlah penulisan *release* dan juga berpotensi untuk membina hubungan baik dengan kawan *media*. Namun Divisi *Corporate Image Care* setidaknya membuat satu buah *release* paling sedikit tiap minggunya. Hal tersebut adalah upaya untuk membuat DPRD Provinsi Jawa Barat lebih aktif melalui *media*.

Setelah *press release* selesai dibuat, dilakukan editing oleh bagian kepala sub-bagian publikasi dan evaluasi keakuratan materi. Langkah selanjutnya adalah memuat tulisan ke dlm website. Bila *Press Release* yang dibuat sangat penting dan berpengaruh besar pada masyarakat, maka DPRD Provinsi Jawa Barat tidak mengupload *release*-nya langsung melalui *website* tetapi langsung mengadakan Konferensi *Pers* atau Jumpa *Pers.*

Menurut Adhitia Putra Herawan dalam blognya *www.adhitiaputra.com* website yang baik adalah website yang filenya tidak terlalu besar sehingga mudah untuk dibuka. Harus rajin meng-update sehingga orang yang membuka tidak kesal karena informasinya ketinggalan zaman. Menggunakan nama yang mudah didata oleh *search engine*. Terakhir, terdapat ruang untuk interaksi dari pembacanya.

Website DPRD Provinsi Jawa Barat mudah di buka karena file tidak terlalu besar. *Update* dilakukan 2 kali setiap minggunya. Nama termasuk mudah

dan terdeteksi oleh *search engine*, walaupun jika dicari melalui *Google* hanya terdapat pada hal pertama baris-baris akhir pada website DPRD Provinsi Jawa Barat terdapat ruang untuk interaktif. Ruang ini biasanya berisikan komunikasi 2 (dua) arah antara DPRD Provinsi Jawa Barat dan para pengunjung situs, adapun yang bertugas untuk memberikan respon adalah bagian admin website dan dilakukan dalam rentang waktu 2x24 jam.

Tata letak penyusunan halaman yang memuat press realese di dalam website cukup menarik karena halaman menu tertata rapih dengan posisi *layer* situs terbagi 3, yaitu *layer* kiri, tengah dan kanan. Disamping itu kemudahan untuk mendapatkan informasi juga diperhatikan pada web ini karena halaman informasi dibuat terpisah dan terdapat menu pencarian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut. (Gambar website DPRD halaman yang ada *press release* nya berwarna).

Gambar 4 4 Layar Halaman Press Release pada Situss Provinsi DPRD Jabar



Menurut Ardianto keuntungan Public Relations menggunakan internet:

“1.Informasi cepat sampai pada publik; 2.Internet dapat berfungsi sebagai iklan, media, alat marketing, sarana penyebaran informasi dan promosi; 3.Siapa pun dapat mengakses internet; 4.Tidak terbatas oleh ruang dan waktu; 5.Internet dapat membuka kesempatan melakukan hubungan komunikasi dalam bidang pemasaran secara langsung”. (Ardianto, 2007:193). Dari teori tersebut dapat ditelaah bahwa dengan mengunggah press release pada website, informasi jelas lebih cepat sampai pada publik tanpa harus melewati proses di media massa mulai dari seleksi, editing, sampai penayangan atau penerbitan. Keuntungan berikutnya adalah siapa pun dapat mengakses internet, tanpa batasan ruang dan waktu. Jadi jika butuh informasi tengah malam atau sedang berada di luar negeri dengan mudah dapat mengakses internet. Dan keuntungan lain *feedback* lansung dan dapat dijawab secara langsung pula.