BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Istilah dan profesi *Public Relations* (PR) semakin hari, makin memasyarakat dan mendapat tempat dalam kegiatan bisnis modern, sehingga banyak perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa merasakan betapa pentingnya membentuk divisi atau bidang PR di perusahan mereka untuk memperoleh citra dan merebut dukungan publik dalam upaya mengembangkan usaha mereka.

Media Relations merupakan salah satu hubungan yang dibina *public relations*. Terdapat beberapa bentuk kegiatannya, salah satu bentuknya yaitu *press release. Press Release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh PR (*Public Relations*) suatu perusahaan yang disampaikan kepada pengelola redaksi pers media massa (TV, radio, surat kabar, majalah, dan media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Pentingnya kegiatan *press release* melalui website bagi DPRD Provinsi Jawa Barat karena berita yang dipublikasikan dapat langsung mencapai publik sehingga harus dikelola sedemikian rupa agar perusahaan tetap berkembang karena kepercayaan dan sokongan publiklah perusahaan itu tetap berjalan dengan baik.

Menurut Holtz dalam Soemirat dan Ardianto (2006;193) menyebutkan bahwa pendekatan strategi *public relations* adalah membuat situs website perusahaan yang dapat membentuk citra positif dimata publiknya. Kini dunia PR memasuki masa keemasan, karena teknologi internet ini telah membawa praktisi mampu mencapai publik sasaran secara langsung. Semua aktifitas PR melalui internet tersebut memungkinkan PR menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik internal dan eksternalnya. Publik akan sangat tergantung kepada PR sebagai sumber informasi berita yang tidak tersaji di surat kabar dan media massa lainnya.

Melalui internet, PR dapat menghemat biaya dibanding harus mengirim pesan *press release* melalui pos atau fax. Kendati PR melakukan penggunaan internet, tidak berarti harus menyepelekan media lainya. Media selain internet tetap menjadi bagian terpenting dalam melakukan penyebaran berita atau informasi PR.

Dengan kesadarannya yang tinggi, bahwa menjalin hubungan yang baik dengan pihak eksternal perusahaan, dalam hal ini dengan mitra pers atau media massa, sangatlah penting bagi perusahaan, karena dapat mempengaruhi *image* atau citra perusahaan. Maka didalam DPRD Provinsi Jawa Barat didirikan sebuah departemen yang mempunyai tanggung jawab melakukan pengelolaan *image* perusahaan agar tetap terjaga dan mengelola website DPRD Provinsi Jawa Barat, yang bernama *Corporate Image Care*. Bagian ini mengimplementasikan program komunikasi untuk mendukung *image* atau citra DPRD Provinsi Jawa Barat.

Sehubungan dengan keadaan di atas maka penulis merasa tertarik untuk membahas lebih dalam tentang kegiatan *press release* yang dilakukan oleh DPRD Provinsi Jawa Barat, melalui Departemen *Corporate Image Care*.

Yang juga berguna sebagai ajang publikasi dan promosi dari produk perusahaan, serta meningkatkan dan menjaga *image* atau citra positif perusahaan, dengan cara melakukan kegiatan *press release* tersebut, yang juga menjadi salah satu program dalam menjaga hubungan yang baik dengan media massa dan media online.

Dengan demikian penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini dan menuangkannya menjadi sebuah karya penulisan ilmiah yang berupa Tugas Akhir, yang berjudulkan: "PENGELOLAAN PRESS RELEASE OLEH CORPORATE IMAGE CARE MELALUI WEBSITE DPRD PROVINSI JAWA BARAT DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI LEMBAGA KEPADA PUBLIK MEDIA."

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penelitimengidentifikasi yang menjadi pokok masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengevaluasian *press release* oleh *Corporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id dalam menyampaikan informasi lembaga kepada publik media?

2. Bagaimana pengelolaan *press release* oleh *Corporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id dalam menyampaikan informasi lembaga kepada publik media?

1.3. Maksud danTujuan Penulisan

1.3.1. Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mendalami penggunaan website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id dalam penyampaian informasi lembaga kepada publik media.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui:

1. Pembuatan *press release* oleh *Corporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id dalam menyampaikan informasi lembaga kepada publik media.
2. Pengevaluasian *press release* oleh *Corporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id dalam menyampaikan informasi lembaga kepada publik media.
3. Jenis *press release* yang dipublikasikan oleh C*orporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id dalam menyampaikan informasi lembaga kepada publik media.

4. Pengelolaan *press release* oleh *Corporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id dalam menyampaikan informasi lembaga kepada publik media.

1.4. Kegunaan Penulisan

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penulisan ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi serta masukan bagi DPRD Provinsi Jawa Barat, khususnya *Corporte Image Care* dalam menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media massa dan media online.

1.4.2. Kegunaan Teoritis

Dengan disusunnya laporan ini, penulis berharap agar dapat memberi masukan bagi kajian Ilmu Komunikasi yang berkaitan, untuk dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan. Untuk selanjutnya hasil penulisan ini diharapkan dapat dijadikan bahan studi perbandingan, khususnya studi yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pengelolaan *press release* dalam upaya menjalin dan menjaga hubungan baik dengan mitra media massa melalui media online dari suatu perusahaan.

1.5. Kerangka Pemikirannya

1.5.1 Kerangka Teoritis

Untuk dapat memahami masalah yang akan diteliti, perlu dikemukakan teori dan konsep yang ada dalam studi ini khususnya mengenai strategi *corporate image care* Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.(Effendi, 2003:32)1 Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, terutama memperhitungkan kondisi psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan mengenal minat Cara seperti ini menurut susanto (1974) merupakan persuasi dalam arti yang sesungguhnya.

Skinner (1977)2 mengemukakan bahwa minat selalu berhubungan dengan obyek yang menarik indivisdu, dan obyek yang menarik adlah yang dirasakan menyenangkan. Apabila seseorang mempunyai minat terhadap suatu obyek maka minat tersebut akan mendorng seseorang untuk berhubungan lebih dekat dengan obyek tersebut, yaitu dengan melakukan aktivitas lebih aktif dan positif demi mencapai sesuatu yang diminatinya. Berdasarkan pengertian diatas peneliti menggunakan tahap-tahap proses operasional *corporate image care* menurut

Oemi Abdurrachman, M.A. yang di kutip dari Cutlip & Center (1961), dimana untuk mencapai efek yang tinggi dalam kegiatan komunikasi proses operasional *corporate image care* haruslah melalui 4 tahapan yaitu :

1.*Fact-finding*

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra institusi/lembaga dimata masyarakat. Kegiatan *fact finding* diharapkan bahwa manajemen akan mengetahui gambaran yang obyektif tentang lembaganya dimata masyarakat. Gambaran yang obyektif ini hanya bisa didapatkan melalui *research* yang akan dimanfaatkan sebagai landasan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan oleh *corporate image care*. Hasilnya berupa dokumentasi, data-data (Oemi Abdurrachman, M.A. 1995:32)

2. Planning and Programming

Perencanaan dan pemrograman merupakan segala informasi atau data masukan atau input yang diperoleh berkaitan dengan hal atau permasalahan yang dihadapi ke dalam bentuk rencana tindakan untuk pemecahannya. Perencanaan *corporate image care* merupakan suatu proses berkesinambungan dan selalu memerlukan peninjauan agar tindakan yang diambil sesuai dengan aturan yang ditetapkan. Sejumlah prinsip yang harus diperhatikan dalam perencanaan juga harus memperhatikan situasi di dalam maupun di luar organisasi, serta pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan tersebut (Oemi Abdurrachman, M.A. 1995:32)

3. *Communicating*.

Menerapkan strategi, kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kontinuitas konsistensi, saluran, dan kemampuan publik. *Communicating* Merupakan tahap implementasi sesuai fakta/data yang telah dirumuskan dalam perencanaan. Misalnya dengan mengkomunikasikan sesuai dengan bentuk-bentuk komunikasi:

- *Personal communication*

- *Group communication*

- *Mass communication*

Pada tahap ini hal-hal yang harus diperhatikan adalah :

- *The action of strategy* : *corporate image care* harus dapat melakukan tindakan yang sifatnya acting *responsively* dan

responsibility, artinya *corporate image care* mau mendengar keinginan *public* sehubungan dengan segala kegiatan yang dilakukan.

- *The communication of strategy* : mempertimbangkan seluruh komponen komunikasi yang dilaksanakan dimulai pada saat menggunakan media, menggunakan sumber komunikasi, membawa komunikan ke arah yang lebih diinginkan, memodifikasi pesan yang disampaikan sesuai kerangka pesan yang baik, dan dapat menggiring opini public, sikap, dan perilaku

public yang diharapkan dengan memanfaatkan sumber daya komponen-komponen komunikasi yang telah ditetapkan dalam perencanaan dan pemrograman. (Oemi Abdurrachman, M.A. 1995:33)

4. Evaluation

Tujuan utama evaluasi adalah untuk mengetahui apakah tujuan *corporate image care* benar-benar telah dilaksanakan sesuai rencana berdasarkan hasil penelitian atau tidak. Penilaian untuk mengetahui sampai dimana kelancaran kegiatan *corporate image care* yang telah berlangsung (Oemi Abdurrachman, M.A. 1995:33) 14

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dari tahap-tahap proses operasional *corporate image care* menurut Cutlip & Center (1961), peneliti mengaplikasikannya kedalam masalah penelitian. Untuk lebih jelasnya akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Dari segi ***Fact-finding***

Dalam tahap ini divisi *corporate image care* DPRD PROVINSI JAWA BARAT berusaha mencari keterangan yang merupakan data dokumentasi yang dibutuhkan oleh wartawan media cetak. Dokumentasi yang mentah itu harus diolah telebih dahulu. Disini divisi *corporate image care* DPRD PROVINSI JAWA BARAT mengadakan perbandingan, pertimbangan dan penilaian sehingga akhirnya dapat diperoleh sampai dimana tingkat

keberhasilan divisi *corporate image care* DPRD PROVINSI JAWA BARAT dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak.

2. Dari segi ***Planning dan Programming***

Dari tahap penelitian kemudian ke tahap perencanaan. Dalam tahap ini divisi *corporate image care* melakukan sebuah program. Dengan adanya program tersebut akan dapat dilakukan pemikiran dengan cepat untuk mengatasinya dan nantinya perencanaan ini perlu dipikirkan dengan matang, oleh karena itu progam ini merupakan salah satu tahap yang turut menentukan suksesnya pekerjaan divisi *corporate image care* keseluruhan 15

3. Dari segi ***Communicating***

Pada tahap komunikasi, tahap pelaksanaan komunikasi di sini misalnya dengan terjadinya pemberitahuan dari divisi *corporate image care* kepada wartawan media cetak tentang informasi khususnya berita yang ada di DPRD PROVINSI JAWA BARAT baik secara *persuasif, informatif*, bahkan mungkin *coercive* hal tersebut biasanya disesuaikan dengan keadaan wartawan dan sesuai dengan apa yang direncakan sebelumnya.

4. Dari segi ***Evaluation***

Tahap-tahap proses operasioanal *corporate image care* berlangsung secara berkesinambungan dalam bentuk hubungan yang terdiri dari program kegiatan dan frekuensi. *Evaluation* adalah tahap terakhir setelah tahap-tahap pengumpulan data, perencanaan dan komunikasi. Sebelumnya telah dijelaskan pentahapan proses operasional *corporate image care* itu dalam praktiknya berlangsung secara berkesinambungan, sehingga tidak tampak kapan dimulainya *evaluation*, sebab sebelum *evaluation* berakhir telah dimulai pula dengan pengumpulan data untuk mencari fakta. Tidak jarang perubahan suatu program yang telah direncanakan dan memang dalam setiap program dalam tahap perencanaan fleksibel, tidak kaku demi kelancaran kegiatan yang dilakukan.

1.6. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yaitu "PENGELOLAAN PRESS RELEASE OLEH COPORATE IMAGE CARE MELALUI WEBSITE DPRD PROVINSI JAWA BARAT DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI LEMBAGA KEPADA PUBLIK MEDIA", maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pembuatan *press release* oleh *Corporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id?
    - Apa bahan berita dan criteria untuk pembuatan *press release*?
    - Adakah ketentuan siapa yang akan membuat berita?
    - *Lead* berita seperti apa yang biasa digunakan, judul dan bagaimana cara menyusun *release*?
    - Format pengetikannya bagaimana dan adakah standar tertentu untuk format tampilan dalam website?
    - Bagaimana membuat kelengkapan berita seperti foto atau video?
2. Bagaimana pengevaluasian *press release* oleh *Corporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id?
    - Adakah evaluasi khusus untuk *press release* sebelum di upload pada website?
    - Bagaimana ketentuan evaluasi format pengetikan?
    - Bagaimana evaluasi isi / materi *press release*?
    - Adakah evaluasi kelengkapan bahan tambahan seperti video dan foto?

3. Bagaimana pengelolaan *press release* oleh *Corporate Image Care* pada website DPRD Jawa Barat http://dprd.jabarprov.go.id?
    - Bagaimana pemilihan materi release yang akan dimuat dalam web?
    - Bagaimana proses pembuatan press release di *Corporate Image Care* DPRD Jabar?
    - Bagaimana proses pengevaluasian *press release* sebelum diupload?
    - Bagaimana proses peng-upload-an *press release*?
    - Bagaimana mengatur format website?
    - Bagaimana bentuk website yang memuat *release*?
    - Apasajakah kelengkapan *press release* yang disertakan?
    - Bagaimana pemanfaat website dalam menyampaikan informasi oleh *Corporate Image Care*?

1.7. Subjek Penelitian dan Informan

1.7.1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat-keadaannya (“attribut”nya) akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian. Subjek dalam penelitian ini yakni, Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Jawa Barat pada Bagian *Corporate Image Care*.

1.7.2. Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian (Moleong 2007:132). Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, pemilihan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* termasuk satu dari beberapa jenis pengambilan sampel non probabilitas, karena peneliti tidak bertujuan untuk menggeneralisasikan temuan penelitian. (Mulyana, 2008:187). Dalam penelitian ini terdapat beberapa informan yakni, Kepala Bagian *Corporate Image Care*, Kepala Sub. bagian Publikasi, Staff Pelaksanan Bagian *Corporate Image Care* Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 1 Informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan
1	Dra. Hj. Siti Nina N.	Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat
2	Nanang Syaefudin, S. Sos, M. Si.	Kepala Sub Bagian Publikasi Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat
3	Utti Kaniawati, S. Sos	Staff Pelaksana Bagian Corporate Image Care Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat (Pengelola pembuatan berita dalam website)

1.8. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dimana data-data yang diperoleh dideskripsikan. Metode penelitian

deskriptif menurut Best pada tahun 1982 adalah salah satu jenis metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya kasus. Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. (Mulyana, 2008:201)**.**

1.9. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipergunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam (Indept Interview)

Adalah percakapan dengan maksud tertentu.Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong 2007:186). Wawancara ini dimaksudkan untuk memverifikasikan, mengubah dan memperluas pemikiran yang dikembangkan peneliti sebagai pengumpulan data. Wawancara yang akan dilakukan secara terstruktur bertujuan mencari data yang mudah dikualifikasi, digolongkan, dan diklasifikasikan, dimana sebelumnya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada Kepala Bagian *Corporate Image Care*, Kepala Sub. bagian Publikasi Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat, serta Wartawan yang terlibat sebagai sumber informasi penelitian.

b. Observasi

Pengamatan yang dilakukan untuk memperoleh data yang nyata dan jelas mengenai kegiatan yang akan diteliti. Jenis observasi yang dilakukan penulis adalah observasi tidak langsung, dimana peneliti hanya sewaktu-waktu saja meninjau lokasi penelitian

c. Dokumentasi

Setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari *record* yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya tulis monumental dari seseorang. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data, karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong 2007: 216-217).

Dokumentasi sendiri merupakan salah satu sumber pengumpulan data yang diperoleh dari beberapa data atau laporan, buku, surat kabar dan juga beberapa bahan bacaan lainnya yang mendukung penelitian ini.

d. Studi Pustaka

Adalah dimana penulis mencari data dengan mengadakan penelahaan terhadap buku-buku literatur, karya tulis yang bersifat ilmiah yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

e. Internet *Searching*

Adalah suatu cara pencarian menggunakan fasilitas elektronik yang dikenal dengan nama internet. Internet ini dijalankan melalui browser

untuk mencari informasi yang diinginkan. Internet *Searching* menampung database dari situs-situs seluruh dunia yang jumlahnya miliyaran halaman. Cara penggunaannya sangat mudah, hanya dengan memasukkan kata kunci maka Internet *Searching* akan melakukan *browser* dan menampilkan beberapa *link* situs yang disertai dengan keterangan singkat mengenai suatu informasi.

1.10. Teknik Analisa Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen (1982) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.(Moleong, 2007 : 248)

Teknik analisis data yang dilakukan sepanjang proses penelitian sejak memasuki lapangan untuk mengumpulkan data. Data yang berhasil peneliti kumpulkan kemudian ditabulasi dan dianalisis secara deskriptif kualitatif, lalu disajikan dalam bentuk naratif sesuai dengan masalah yang sedang dibahas. Sejalan dengan pemikiran Sugiyono yang menegaskan,

“Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dikatakan juga bahwa analisa data sebelum memasuki lapangan dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus

penelitian. Namun demikian, fokus penelitian masih bersifat sementara, dan aka berkembang setelah penelitian masuk dan selama di lapangan". (Sugiyono, 2005 : 89-90).

Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, menganalisis data menurut Nasution dalam Sugiyono, menjelaskan analisa telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Data yang sudah 37 terkumpul kemudian dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2005:89)

1.11.1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Jawa Barat, yang berada di Jalan Dipenogoro no. 22 Bandung 40115, Jawa Barat. Telp (022) 4206270.

Website http://dprd.jabarprov.go.id.

1.11.2. Waktu Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan peneliti dimulai pada 26 Juni 2012 sampai 26 Juli 2012. Penulis melaksanakan praktek kerja sesuai dengan aturan jam kerja peserta *job training* lainnya, yaitu:

- Waktu Kerja : Pukul 07.00 – 03.00
- Hari Kerja : Senin – Jumat

Agar lebih rinci waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 2 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Penjualan																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	**Tahap Persiapan**																				
	Studi Pendahuluan																				
	Pengajuan Judul																				
	Persetujuan Judul																				
	Wawancara																				
2.	**Tahap Pelaksanaan**																				
	Pengajuan Bab I																				
	Pengajuan Bab II																				
	Pengajuan Bab III																				
	Pengumpulan Data																				
	Penulisan Laporan																				
	Bimbingan																				
3.	**Tahap Analisa Data**																				
	Pengolahan dan Analisa Data																				
	Pengajuan Bab IV																				
	Menympulkan Hasil Penelitian																				
	Pengajuan Bab V																				
4.	**Tahap Pengujian**																				

	Pendaftaran Sidang																		
	Sidang Tugas Akhir																		
	Wisuda																		

1.11. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Merupakan bab awal dari keseluruhan yang berisikan antara lain : latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, kerangka konseptual, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, lokasi dan lokasi penelitian dan sistematika.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini peneliti mencoba untuk meninjau permasalahan dari aspek teoritis dalam mengkaji tinjauan pengaruh Media Press Release melalui Website terhadap penyampaian informasi public kepada masyarakat.

Bab III : Objek Penelitian

Pada bab ini memberikan gambaran tentang objek yang di teliti yaitu Press Release DPRD Provinsi Jawa Barat.

Bab IV : Hasil Penelitian

Pada bab ini, peneliti menggambarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan cara wawancara dan hasil studi kepustakaan serta informasi-informasi dari litelatur lain.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Pada akhir bab ini, peneliti mencoba menarik kesimpulan dari penelitian yang telah peneliti lakukan, serta mencoba memberikan masukan atau saran yang baik bagi mahasiswa, maupun bagi pihak *DPRD Provinsi Jawa Barat* dalam rangka peningkatan penyampaian informasi public kepada masyarakat.