

Pelatihan Penulisan Press Release Untuk Pegawai Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bandung

Olih Solihin^{1*}, Rina Sovianti², Zikri Fachrul Nurhadi³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Bandung, Bandung,
Indonesia

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta,
Indonesia

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia

*Corresponding author, email: olih.solihin@email.unikom.ac.id

Diterima: 20 November 2022, Direvisi: 24 Desember 2022, Terbit: 30 Desember
2022

Abstract

The Regional General Election Commission (KPUD) of Bandung City always provides news releases to the mass media regarding the implementation of its work program. To make a news release requires expertise in making news press releases according to journalistic rules. The purpose of this community service is to provide news writing training to the public relations staff of the Bandung City Election Commission. This training method was carried out in the Bandung City KPUD meeting room, attended by 20 participants. The implementation of the training began with the provision of general material on public relations, the rules of writing press releases, straight news news, discussions, and exercises. The result of this community service activity is that the speaker explained the role of public relations, strightnews, the relationship between public relations and mass media. In the discussion session, the presenters asked the participants' understanding and expertise in making news releases, as well as the obstacles they faced. Most of the training participants claimed to have understood and had the ability to make news releases for the mass media, while a small portion admitted that they did not really understand. This press release writing training is expected to increase the participants' understanding and expertise in making news releases for the mass media.

Keywords: *Jurnalitic news; mass media; news; Press release.*

Abstrak

Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kota Bandung selalu memberikan release berita kepada media massa berkenaan dengan pelaksanaan program kerjanya. Untuk membuat release berita tersebut memerlukan keahlian dalam membuat press release berita sesuai kaidah jurnalistik. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan menulis berita kepada staf Hubungan masyarakat KPUD Kota Bandung. Metode pelatihan ini dilaksanakan di ruang pertemuan KPUD Kota Bandung, diikuti 20 peserta. Pelaksanaan pelatihan dimulai dengan pemberian materi umum mengenai humas, kaidah penulisan press release, berita stright news, diskusi, dan latihan. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah, pemateri memaparkan mengenai peran humas, strightnews, kaitan kerja humas dengan media massa. Pada sesi diskusi pemateri menanyakan pemahaman serta keahlian para peserta dalam membuat release berita, serta kendala yang

dihadapinya. Sebagian besar peserta pelatihan mengaku sudah memahami dan memiliki kemampuan membuat release berita untuk media massa, sementara sebagian kecilnya mengaku belum terlalu memahami. Pelatihan menulis press release ini diharapkan akan meningkatkan pemahaman serta keahlian para peserta dalam membuat release berita untuk media massa.

Kata-kata kunci: Berita; berita jurnalistik; media massa; press release.

PENDAHULUAN

Salah satu tugas utama Humas suatu lembaga adalah membauat publisitas untuk media massa. Publisitas sendiri akan berjalan kalau didukung oleh media Humas salah satunya adalah press release. Pemberina press release kepada media massa dengan tujuan untuk menyampaikan informasi terkait program kerja, target dan capaian suatu lembaga. Release berita dibuat guna membangun pemahaman masyarakat yang utuh terhadap lembaga, membangun dan memelihara citra lembaga, membangun dan memelihara opini publik yang sesuai dengan harapan lembaga (Gandariani 2016). Humas memiliki tugas untuk menjalin hubungan harmonis dengan internal lembaga dan eksternal, yang salah satunya dengan media massa. Hubungan harmonis dengan media massa salah satunya bisa diwujudkan dengan kerjasama publistas. Media massa mendapatkan informasi mengenai program suatu lembaga melalui dengan cara penerbitan release berita.(Salsabila 2020).

Staf humas sebuah lembaga dituntut untuk memiliki literasi yang cukup agar mampu memahami fenomena yang berkembang dimasyarakat. Terlebih pada era digital saat ini, literasi, khususnya literasi digital harus menjadi kebiasaan setiap orang. Minimnya literasi berdampak pada kurang aktualan informasi, khususnya oleh humas yang menjadi ‘petugas, pemelihara citra suatu lembaga. (Solihin 2021)

Sejalan dengan Salsabila (2020), Gandariani (2016) menyatakan alasan-alasan kenapa humas suatau lembaga harus menjalin hubungan erat dengan media massa, yang salah satunya rajin mengirimkan press release. Hal ini dilakukan guna meneruskan informasi penting dari lembaga kepada masyatakat, melalui saluran media massa. Meskipun lembaga tersebut memiliki website sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi sifatnya terbatas. Karena itu humas harus memanfaatkan jejaring media massa mainstream untuk penyebarluasan informasi lembaganya agar tersampaikan secara masif kepada masyarakat.

Berkenaan dengan gaya tidak dimuatnya release oleh media massa, biasanya dikarenakan karena naskah yang dibuat tidak sesuai standar jurnalistik. Atau dengan kata lain, wartawan kurang menangkap penting dan menariknya, kenapa harus dimuat dimedianya. Biasanya terdapat kekeliruan-kekeliruan yang dibuat oleh humas, sehingga release tidak menampilkan ide yang menarik untuk diberitakan oleh media massa. Sebab bagaimanapun, media massa memiliki aturan khas mengenai informasi seperti apa yang layak untuk diberitakan. Karena itu, pemahaman dan keahlian dalam membuat press release sangat penting dimiliki oleh staf humas suatu lembaga. Adakalanya release yang diberikan terkesan mengandung promosi, iklan dan sejenisnya, sehingga media massa tidak bersedia untuk menerbitkannya. Iklan adalah hal lain dari media massa, tentunya terkait dengan kebijakan sebuah media, bahwa iklan ada tarifnya, sementara berita tentu tidak. (Gandariani 2016).

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa antara humas dan media massa terlihat memiliki hubungan yang erat dalam proses distribusi informasi. Karena itu humas harus pandai dalam memenej informasi, dan cekatan dalam memunculkan gagasan yang menarik agar memiliki nilai berita. Sehingga media massa merasa beruntung dapat kirim bahan berita dari humas, jikalau release yang dibuatnya berbobot. Menurut Iswara dalam (Luh and Maha 2013) humas dan media massa memiliki peran dalam distribusi informasi kepada masyarakat. Secara global, peran media massa adalah sebagai penyalur berita, karena itu posisi media massa sebagai mata dan juga telinga masyarakat. Dalam penyampaian informasinya, media massa diikat oleh seperangkat kode etik, dimana salah satunya media massa harus netral dan juga objektif. Selain sebagai penyelur informasi, media massa juga berperan sebagai watchdog terhadap jalannya pemerintahan, media massa memelototi kinerja pemerintah, mengkritik jika terdapat penyimpangan, sehingga pemerintah senantiasa lebih hati-hati dalam membuat kebijakan. (Luh and Maha 2013).

Sekadar menegaskan bahwa Press release atau siaran pers merupakan dokumen yang dimiliki suatu lembaga yang disebarluaskan kepada masyarakat melalui media massa. Artinya semua informasi lembaga berhak diketahui oleh masyarakat, kecuali yang dikecualikan, semacam rahasia lembaga tersebut. Informasi yang diseberkan melalui press release bisa dikutip secara sah oleh media massa (televisi, radio, koran, portal online dan sejenisnya). Ini semua dilakukan

bukan semata untuk memberikan informasi kepada masyarakat, melainkan juga guna menjaga citra lembaganya itu sendiri. Citra yang positif akan menguntungkan bagi suatu lembaga, demikian juga sebaliknya. (Luh and Maha 2013)

Press release yang ideal adalah yang mampu menggambarkan semua fakta pada informasi yang dikirim. Release harus memperhatikan prinsip jurnalistik yang sangat terkenal yaitu 5W dan 1 H (what, when, who, where, why, dan how) agar media massa yang menerima kiriman release tersebut tidak salah membuat berita. What (Apa). Informasi apa yang akan disampaikan, harus mengandung unsur menarik dan penting. When (Kapan). Informasi itu harus menyampaikan waktu peristiwa dari kegiatan atau program yang dibuat releasenya tersebut. (Siapa). Harus jelas siapa saja yang menjadi aktor atau penyelenggara dalam kegiatan tersebut. Where (Di Mana). Tempat dan waktu pelaksanaan kegiatan harus dituliskan dengan jelas. Why (Mengapa). Disini harus memunculkan suatu alasan, bahwa kegiatan tersebut sangat penting untuk diselenggarakan, atau peristiwa tersebut penting untuk disampaikan. How (Bagaimana). Terakhir, dalam informasi itu harus diuraikan bagaimana program tersebut dilaksanakan atau bagaimana kronologi peristiwa itu terjadi. (Aprilia 2022).

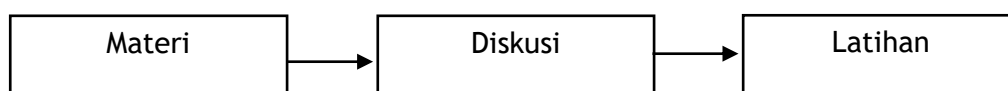
KPUD Kota Bandung menyadari betul bahwa pengelolaan informasi yang disampaikan humas KPUD harus sejalan dengan prinsip-prinsip jurnalistik, agar release yang disampaikan dapat diterima oleh media massa dan kemudian dimuat dalam pemberitaannya. KPUD Kota Bandung memahami bahwa informasi yang diberikan kepada media massa harus menarik, penting dan mengandung unsur kekinian. Bagaimanapun media massa adalah industri informasi yang produknya harus menarik, penting dan kekinian agar mendapatkan tempat di masyarakat. Sebagaimana diketahui bahwa sebuah tulisan berita harus mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh para pembacanya. (Solihin, Nurhadi, and Mogot 2022). Berkenaan hal tersebut pengabdian kepada masyarakat “Pelatihan penulisan Press Release” bisa memperkaya pemahaman serta keahlian staf humas KPUD Kota Bandung dalam membuat release untuk media massa.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 26 November 2019 bertempat di ruang pertemuan (aula) KPUD Kota Bandung, yang

beralamat di Jalan Garut No 11 Kota Bandung. Pelatihan ini merupakan bentuk kerjasama antara Program Studi Ilmu Komunikasi Unikom dengan KPUD Kota Bandung.

Teknis pengabdian ini dilaksanakan dengan tiga tahapan: penjelasan materi; diskusi; dan latihan menulis release. Adapun pemeparan materi terdiri atas kajian teoritis mengenai tugas fungsi humas, teknik membuat press release, kaidah pembuatan berita jurnalistik, hubungan antara tugas humas dan media massa. Pemaparan materi pelatihan dilaksanakan selama 1,5 jam. Tahapan berikutnya adalah diskusi mengenai materi yang disampaikan pemateri. Moderator acara memberikan kesempatan kepada para peserta untuk bertanya berkenaan dengan materi. Waktu untuk diskusi yang diberikan moderator adalah 30 menit. Terakhir para peserta diminta untuk membuat press release untuk media massa sesuai kaidah-kaidah yang berlaku.



Bagan 1. Metode pelatihan penulisan press release



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Penulisan Release di KPUD Kota Bandung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan Humas

Dalam menjalankan tugasnya sebagai penjaga gawang citra suatu lembaga maka hubungan masyarakat (Humas) suatu lembaga dituntut untuk mengedepankan komunikasi dua arah. Humas harus dekat dengan semua pihak, tidak hanya dengan dekat dengan pimpinan suatu lembaga, pemimpin utama suatu daerah, melainkan harus mampu merangkul semua kalangan termasuk di dalamnya ada media massa,

tokoh masyarakat, dan lain sebagainya. Hal ini perlu dilakukan guna membangun serta menjaga citra lembaga tetap positif di kalangan masyarakat. (Wahyudin and Erlandia 2018). Manajemen pembangunan reputasi lembaga adalah suatu keharusan pada lembaga apapun di dunia ini. Persaingan antar lembaga yang kian ketat, tentu melahirkan motivasi untuk lembaga-lembaga untuk tampil dengan citra yang baik di masyarakat. Terkait alasan-alasan tersebut, maka kedudukan media massa amatlah penting untuk terus dirangkul. KPU Kota Bandung sebagai lembaga non departemen yang bertugas menjalankan rangkaian pemilihan umum di daerah tentunya harus membangun sekaligus memelihara reputasi di tengah-tengah masyarakat.

Dalam implementasi pekerjaannya, menurut Lattimore dalam (Lubis 2012) dikatakan ada empat model humas yang wajib untuk dilaksanakan oleh seluruh humas lembaga. Pertama, model press agency (agen pemberitaan); yaitu menggambarkan bagaimana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju publik. Kedua, model informasi publik; yaitu model yang menggambarkan bagaimana humas bertugas memberitahu publik. Model ini selalu dipraktikkan oleh humas pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi nirlaba. Ketiga, model asimetris dua arah; yaitu memandang humas sebagai kerja persuasi ilmiah yang menggunakan hasil riset untuk mengukur dan menilai publik. Keempat, model simetris dua arah; yaitu sebuah model yang menggambarkan sebuah orientasi humas dimana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi.

Dari keempat model tersebut, tiga model pertama merefleksikan sebuah praktik humas yang berusaha mencapai tujuan organisasi melalui persuasi. Model keempat berfokus pada usaha menyeimbangkan kepentingan pribadi dengan kepentingan publik atau kelompok lainnya. Dalam sebuah organisasi, khususnya di lingkup pemerintahan, humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis. Selain itu, sebagai sebuah kegiatan komunikasi, humas juga berfungsi sebagai jembatan untuk membangun suasana yang kondusif dalam kerangka 'winwin solutions', antar berbagai stakeholders organisasi, baik internal maupun eksternal dalam rangka membangun citra dari institusi pemerintah itu sendiri. Oleh karena

itu praktik humas yang paling ideal di dunia pemerintahan adalah berdasarkan model simetris dua arah. (Lubis 2012).

Peranan Humas suatu lembaga adalah untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintah, dan mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut dimata publiknya. Pentingnya peran Humas instansi dan lembaga perintah dalam masyarakat modern yaitu dalam melakukan kegiatan-kegiatan dan operasinya di berbagai tempat berbagai bidang. Teknik yang digunakan dalam humas di perintah tidak ada bedanya dengan teknik yang digunakan humas di bidang lain yaitu penyampaian informasi dan komunikasi. (Lubis 2012).

Press Release

Pemeteri menjelaskan mengenai mekanisme pembuatan press release kepada para peserta pelatihan. Sebagaimana dijelaskan dalam pendahuluan, bahwa terdapat hubungan kerja antara humas suatu lembaga dengan media massa. Salah satu pertimbangan media massa memuat berita yang diberikan melalui release suatu lembaga adalah akurasi informasi yang dimuat dalam release tersebut. Adapun tujuan pengiriman release adalah untuk tetap dapat menjalin hubungan harmonis dengan media, untuk itu tetap berinisiatif mengirimkan informasi ke media massa. Sekalipun lembaga tersebut memiliki website atau media internal lainnya, tetap terbatas untuk menjangkau masyarakat luas, karena itu merangkul media, dalam hal ini diwujudkan dengan press release ke media mainstream perlu terus dilaksanakan.

Jika dalam kenyataanya, kerap release yang diberikan kepada media massa tak kunjung dimuat. Ini tentu ada masalah yang menyebabkan media massa enggan memuatnya. Setidaknya ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh humas mengenai keeenganan media massa memuat releasenya tersebut. Misalnya informasi yang disampaikan tidak bermutu, tidak mengandung nilai berita, karena itu humas harus pandai memilih dan memilah informasi yang seperti apa yang layak untuk disampaikan. Biasanya, informasi biasa saja akan tampak menarik jika humas pandai memunculkan ide bagus pada release yang dibuatnya itu. Selain itu, humas mungkin salah mengirimkan release karena salah memahami media masa yang bersangkutan. Sebab media massa bisanya memiliki kekhasan-kekhasan tersendiri

pada rubrik-rubrik yang disediakan. Jadi, humas harus memahami cakupan topik apa saja yang akan dimuat media bersangkutan.

Selanjutnya Mahidin dalam (Gandariani 2016) menerangkan beberapa alasan, kenapa huas harus membuat release berita kepada media massa, sebagai berikut:

- 1) Release dibuat guna memelihara citra lembaga agar tetap baik dimata masyarakat.
- 2) Release dibuat guna memberikan gambaran tentang kondisi lembaga kepada masyarakat luas. Keadaan itu bisa bersifat program ataupun peristiwa yang terjadi pada lembaga.
- 3) Release dibuat guna menambahkan keterangan atau memperjelas informasi sebelumnya yang diterima oleh masyarakat. Biasanya ada berita dari luar yang menyudutkan lembaga tersebut, maka release dibuat untuk mengklarifikasi kondisi yang sesungguhnya.
- 4) Release dibuat untuk memberitahukan program baru dari perusahaan. Tentu informasi ini tak selayaknya bahasa iklan, tetapi sesuai narasi berita.

Stright news

Selanjutnya pameteri menyampaikan kaitan antar informasi atau berita yang dimuat dalam press release harus mengikuti kaidah jurnalistik. Hal ini dilakukan guna mempermudah wartawan media massa dalam mengolah data yang diberikan oleh pihak humas. Informasi yang dimuat harus memuat unsur-unsur 5 W dan 1 H. Kemudian dijelaskan mengenai berita stright news yang dibuat menyerupai piramida terbalik. Pada bagian atas menyajikan informasi utama yang biasa disebut dengan lead berita, di bawahnya informasi yang mendukung lead, demikian seterusnya sampai pada titik paling bawah dari piramida tersebut. *Strgiht news* dikenal juga dengan jenis berita *indepth news* yaitu berita yang buat langsung, utuh, komprehensif, holistik dari sebuah peritiwa. *Indepth news* menerangkan sebuah kejadian secara mendalam, sehingga memberikan pemahaman yang luas kepada si pembacanya (Solihin, Nurhadi, and Mogot 2022).

KESIMPULAN

Setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Pelatihan Penulisan Press Release ini didapatkan gambaran, bahwa pemahaman staf humas KPUD Kota Bandung terhadap tugas merekam lebih baik lagi. Para peserta

pelatihan juga mendapatkan pengayaan pemahaman mengenai kaitan kinerja humas dengan media massa. Selain itu, para peserta memahami kaitan antara kaidah press release dengan kaidah jurnalistik. Di antara keduanya terdapat prinsip yang sama, dimana sebuah informasi harus mengandung unsur 5 W dan 1 dengan cara penulisan mengikuti piramida terbalik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Garut serta kepada KPUD Kota Bandung atas terlaksananya kegiatan pelatihan ini. Penulis berharap agar pelatihan ini bisa memberikan pengayaan pemahaman serta keahlian pegawai KPUD Kota Bandung, khususnya staf humas lembaga tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Vina. 2022. "Proses Penulisan dan Publikasi Press Release" IPB Bogor (ID).
- Gandariani, Titis. 2016. "Public Relations Dan Kemampuan Menulis Press Release Sebagai Publisitas Korporat" *Hubungan Masyarakat*, 2(1): 71-87.
- Lubis, Evawani Elysa. 2012. "Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah." *Jurnal Ilmu Administrasi Negara* 12(1): 51-60.
- Luh, Ni, and Ratih Maha. 2013. "Persepsi Jurnalis Dan Praktisi Humas Terhadap Nilai Berita." *Ilmu Komunikasi*: 83-96.
- Salsabila, Aryvia. 2020. "Strategi Biro Humas Dalam Menjalin Hubungan Program Studi Komunikasi." IPB Bogor (ID).
- Solihin Oleh, Bahriyah Nurul Eiuis. 2021. "Pemanfaatan Big Data Untuk Literasi Digital Mahasiswa Bandung" *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu* <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/viewFile/401/239>.
- Solihin, Oleh, Nurhadi, Zikri Fachrul and Mogot, Yuni. 2022. "Pelatihan Jurnalistik Bagi Organisasi Masyarakat Satria Sunda Sakti." *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 1(2): 108-18.
- Wahyudin, Uud, and Dedi Rumawan Erlandia. 2018. "Peran Humas Pemerintah Dalam Pemasaran City Branding Melalui Media Massa." *Jurnal Common* 2(2): 162-67.