

## Aktivitas *Public Relations* Dalam Pembuatan *PressRelease* Pada Divisi Humas Pt Dirgantara Indonesia

Feby Ayuni, Hadi Purnama

<sup>1</sup> Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, febyayuni@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, hadipm@telkomuniversity.ac.id

### **Abstrak**

*This study discusses one of the public relations activities in the field of PR writing, namely the creation of press releases in the public relations division of PT Dirgantara Indonesia, as the first and only airplane manufacturer in Indonesia and the Southeast Asia region. In conveying company information to the public, PTDI requires the media as an intermediary and one form of request is through a press release. This study discusses what is the background for making a relation, how to organize information through a press release by paying attention to how the process of a press release regarding an information is made, starting from how valid information data regarding an information is obtained, then how are the steps taken in packaging the information existing in the form of press release, after that how to spread the press release to the media. This study uses qualitative methods with a constructivism paradigm and a case study approach, data collection techniques using interview and observation methods. The results of this study are that the activity of making a press release is carried out in three stages, namely the information or data collection stage, the writing stage and the release delivery stage. Researchers also found information that the background for making this press release was information distribution and avoiding information ambiguity, increasing employee pride and building PTDI's image and reputation.*

*Keywords-organization information, press relase, ,PR writing , public relation*

---

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas salah satu aktivitas *public relations* dalam bidang *PR Writing* yaitu pembuatan *Press release* pada divisi humas PT Dirgantara Indonesia, sebagai perusahaan produsen pesawat terbang pertama dan satu-satunya di Indonesia dan wilayah Asia Tenggara. Dalam menyampaikan informasi perusahaan kepada publik PTDI membutuhkan media sebagai perantaranya dan salah satu bentuk penyampaian melalui *Press release*. Penelitian ini membahas apa latar belakang pembuatan *relase*, bagaimana pengorganisasian informasi melalui *press relase* dengan memperhatikan bagaimana proses dari sebuah *press relase* mengenai suatu informasi dibuat, mulai dari bagaimana data informasi yang valid mengenai sebuah informasi di didapatkan, lalu bagaimana langkah yang diambil dalam mengemas informasi yang ada ke dalam bentuk *press relase*, setelah itu bagaimana cara penyebaran *press relase* kepada pihak media. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan studi kasus, teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini yaitu kegiatan pembuatan *Press release* dilakukan dengan tiga tahap yaitu tahap pengumpulan informasi atau data, tahap penulisan dan tahap pengiriman *relase*. Peneliti juga menemukan informasi bahwa latar belakang dibuatnya *Press release* ini adalah pemerataan informasi dan menghindari ambiguitas informasi, meningkatkan rasa bangga karyawan dan membentuk citra dan repusi PTDI.

*Kata kunci-informasi organisasi, press relase, ,PR writing , public relation*

---

## I. PENDAHULUAN

Dalam menjalankan tugasnya seorang *public relations* melibatkan publik internal dan eksternal, publik internal merupakan bagian yang terdapat dalam sebuah organisasi seperti karyawan dan para pemegang saham, sedangkan publik eksternal ialah para pelanggan, masyarakat sekitar, instansi pemerintahan, pers dan lainnya yang

berada di luar sebuah organisasi. Salah satu eksternal perusahaan adalah media, PR perlu melakukan upaya pendekatan agar mempermudah dalam proses penyebaran informasi atau program-program yang dilakukan melalui media massa. Media massa mempunyai arti penting bagi organisasi terutama sebagai saluran untuk menyampaikan publikasi pada masyarakat luas secara umum dan publik (stakeholder) secara umum. Selain kemampuan dalam membangun wacana maupun membentuk opini, media juga banyak digunakan dalam membangun citra perusahaan maupun citra produk (Raharjo, 2016).

Terkadang agar menarik perhatian masyarakat tidak jarang pihak media menyajikan berita yang berbeda dengan kenyataan sebenarnya, media tidak menuliskan berdasarkan kenyataannya melainkan dengan gaya sendiri. Pihak media biasanya akan mengolah terlebih dahulu informasi yang mereka terima dan kemudian dijadikan sebuah berita, tidak jarang berita yang dibuat memiliki nilai yang negatif juga terhadap perusahaan yang diberitakan. Maka sangat penting menjaga hubungan dengan media atau biasanya disebut dengan aktivitas *media relations*, kegiatan *media relations* itu sendiri terbagi menjadi beberapa bagian diantaranya *Press Conference*, *Press Tour*, *Press Gathering*, *Press Breafing* dan juga *Press release*.

*Press release* merupakan salah satu bentuk kegiatan PR *wring*, *press release* merupakan sebuah aktivitas PR dalam mempublikasikan lembaga/instansi melalui media massa, dengan tujuan memberikan informasi kepada publik melalui media. *Press release* yang dimuat oleh media massa merupakan *press release* yang mempunyai nilai berita, *press release* yang dibuat oleh humas perusahaan tidak selalu di *publish* oleh media massa, ada beberapa kategori yang harus dipenuhi dalam pembuatan *press release* tersebut, misalnya struktur penulisan, gaya bahasa dan nilai berita yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu seorang praktisi PR harus memiliki kepandaian dalam hal menulis *press release* agar dilirik dan disukai oleh media.

PT Dirgantara Indonesia (PTDI) merupakan salah satu perusahaan BUMN yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat yang bergerak dibidang kedirgantaraan. Sebagai salah satu perusahaan milik negara humas PTDI memiliki peran besar dalam mengangkat citra perusahaan yang membutuhkan kerja keras dalam mewujudkannya, seperti dalam memproduksi suatu berita, artikel atau *press release*. *Press release* yang dibuat digunakan untuk memberikan informasi-informasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh PTDI, dalam penyampaian informasi melalui *press release* tersebut perlu diperhatikan proses dari pembuatan *press release* hingga menjadi sebuah berita, mulai dari informasi yang valid, bagaimana kemudian informasi tersebut dikemas untuk dijadikan dalam bentuk *press release* dan kemudian bagaimana *press release* tersebut di sebarakan ke pihak media.

Penelitian terdahulu selanjutnya ditulis oleh Maaidah Dhona Catherine pada tahun 2021 yg berjudul “Proses Produksi *Press release* oleh Humas Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi”, hasil penelitian adalah tugas dan fungsi dari Humas Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi adalah untuk meningkatkan citra dan reputasi lembaga. Proses produksi *press release* terdiri dari tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dalam penulisan *press release* dilakukan dengan sebaik mungkin dengan menggunakan konsep piramida terbalik dan gaya bahasa jurnalistik agar lebih menarik. Selama proses produksi *press release*, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, namun kemudian diatasi dengan menggunakan solusi yang tepat.

Berdasarkan fenomena dan penjelasan penelitian tersebut dan dilandasi oleh banyaknya perusahaan yang menggunakan *press release* dalam rangka menyampaikan informasi/berita terkait perusahaan mereka sebagaimana merupakan strategi yang terintegrasi untuk menjalin hubungan dengan pihak eksternal perusahaan. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang proses pembuatan *press release* sebagai salah satu bentuk pengelolaan informasi perusahaan yang dilakukan oleh humas. Pada penelitian kali ini akan disajikan pemetaan serta pemahaman tentang bagaimana proses penulisan *press release* sesuai kaidah penulisan, beberapa diantaranya yaitu gaya penulisan yang meliputi format penyajian, teknik memilih *news value*, memilih *lead* berita, gaya bahasa jurnalistik dan menulis menggunakan konsep piramida terbalik, serta latar belakang dan kendala dalam pembuatan *press release* tersebut. Dalam hal ini peneliti mengambil judul “Aktivitas *Public Relations* Pembuatan *Press release* Pada Divisi Humas PT Dirgantara Indonesia “.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. *Public relations*

*Public relations* adalah suatu fungsi manajemen yang mendukung upaya membangun dan menjaga hubungan yang baik antara organisasi maupun dengan publiknya, ini menyangkut berbagai aktivitas komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama untuk menciptakan saluran komunikasi yang efektif. Selain itu, *public relations* juga membantu manajemen dalam menghadapi berbagai tantangan dan situasi yang kompleks dengan memberikan dukungan dan strategi komunikasi yang tepat, membantu manajemen dalam menghadapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai system peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (Ruslan, 2016)

Kegiatan *public relation* dibutuhkan agar dapat membangun *image* dan identitas perusahaan, terutama dalam bidang komunikasi yang berlangsung dalam suatu perusahaan agar mampu menjaga dan memperhatikan eksistensi ditengah persaingan, saat ini hampir seluruh perusahaan berlomba-lomba untuk menunjukkan eksistensinya untuk meningkatkan *awareness* dan kepercayaan kepada masyarakat. (Anggaraini & Yugih, 2019)

Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR/humas perusahaan adalah kegiatan *media relations* yang mana

merupakan bagian dari PR eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publik-nya untuk mencapai tujuan organisasi. *Media relations* pada dasarnya berkenaan dengan pemberian informasi atau memberi tanggapan pada media pemberitaan atas nama organisasi. Mempromosikan organisasi melalui media massa, pertama tentunya tujuan kepada media eksternal, itu sebabnya digunakan media massa untuk mengomunikasikannya, ini sejalan dengan tugas penting eksternal *public relations*.

Pada sisi lain, ada kalanya informasi yang sebenarnya untuk publik eksternal juga diketahui oleh publik internal melalui media massa, bagi suatu perusahaan yang memiliki wilayah operasi bisnisnya tersebar, seperti perusahaan-perusahaan multinasional bisa saja publik internal pun memperoleh informasi melalui media massa. Artinya, praktik *media relations* yang dilakukan organisasi memaksudkan juga kegiatan komunikasinya pada lingkungan internal. Uraian ini memberikan artian baru tentang *media relation*, yaitu bukan hanya menggunakan media untuk berkomunikasi dengan publik, melainkan juga menggunakan media untuk mendengarkan dan mengikuti apa yang di komunikasikan publik organisasi kepada organisasi. Salah satu bentuk kegiatan *media relations* adalah *press release* yang merupakan salah satu kegiatan *public relations writing*.

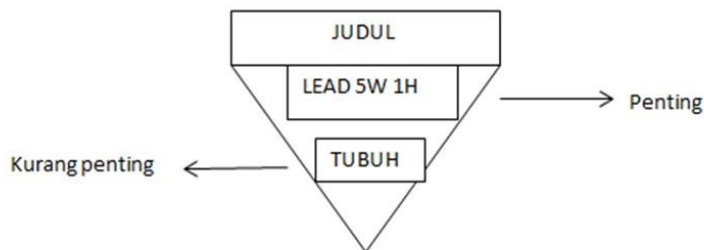
**B. Press Release**

*Press release* merupakan sebuah informasi dalam bentuk berita tentang suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan/instansi yang dipilih untuk dimuat di media. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang membuat *press release* tidak hanya ditampilkan di media cetak tetapi juga pada media online (*website* perusahaan). Meskipun PR dapat menuliskan *release* di media online, namun PR harus tetap mengirimkan *release* tersebut ke media massa, karena *website* sifatnya hanya untuk melengkapi atau sebagai perpanjangan tangan dari media konvensional (Fatimah, 2019)

Menurut Bivins (dalam Sopian, 2016:25) membagi kategori *press release* berdasarkan perbedaan penekanan informasi dalam *press release* yaitu :

1. *Basic press release* meliputi beragam informasi dari organisasi yang bernilai berita untuk media lokal, regional, atau nasional.
2. *Product releases* berisi transaksi mengenai target suatu produk khusus atau produk regular lain untuk suatu publikasi perdagangan di dalam suatu industri.
3. *Financial releases* digunakan terutama dalam membina hubungan dengan pemegang saham.

*Press release* memiliki struktur penulisan yang sama dengan penulisan berita atau yang mengacu pada struktur piramida terbalik.



Gambar 1. 1 Struktur piramida terbalik  
Sumber : Olahan penulis

Judul merupakan kepala berita karena ditempatkan di atas berita yaitu *lead* , judul merupakan komponen pertama yang dibaca dari suatu berita, keputusan pembaca untuk membaca isi berita atau tidak biasanya ditentukan oleh judul. Hal yang harus diperhatikan dalam penulisan judul yaitu :

1. Mencerminkan isi
2. Mengandung daya tarik
3. Singkat dan padat

*Lead* (teras berita) merupakan inti berita dikarenakan berita mengacu pada tulisan yang mengandung kelengkapan unsur 5W+1H tetapi banyak juga yang tidak mengandung unsur berita selengkap itu. *Lead* yang baik menyajikan informasi paling penting dan menarik dari keseluruhan isi berita, namun disampaikan secara singkat, padat dan mudah dipahami.

*News body* atau tubuh berita merupakan informasi tambahan untuk memperjelas, memperlengkap dan memperdalam unsur-unsur dari *lead*. Di dalam tubuh berita, informasi mengenai unsur kelengkapan isi berita dikembangkan.

**III. METODOLOGI PENELITIAN**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme, dengan alasan karena peneliti ingin meneliti divisi humas PT Dirgantara Indonesia dengan objek penelitian aktivitas pembuatan *press release*. Paradigma konstruktivisme menilai bahwa realitas dianggap sebagai sesuatu yang bersifat subjektif dan dapat diartikan berbeda-beda oleh individu berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan interpretasi masing-masing.

Penelitian ini dilakukan dengan observasi dan wawancara kepada informan kunci dari humas PT Dirgantara

Indonesia, informan ahli dalam bidang public relations khususnya PR Writing (*press release*), serta informan pendukung yaitu wartawan dari media yang menerima *press release* dari PTDI. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme ini dengan tujuan menemukan makna pada suatu peristiwa atau kegiatan melalui wawancara dan observasi.

Pada penelitian ini pihak yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah Divisi Humas PT Dirgantara Indonesia (PTDI) sebagai informan kunci. Subjek penelitian lainnya adalah praktisi humas yang memahami betul bagaimana proses pembuatan *press release* yang baik yang mana berperan sebagai informan ahli untuk mendukung hasil dari penelitian ini. Peneliti juga melengkapi penelitian ini dengan informan pendukung yaitu pihak media yang menerima *press release*. Objek penelitian ini adalah terkait proses pembuatan *press release* oleh Divisi Humas PT Dirgantara Indonesia dan juga *press release* itu sendiri yang mana nantinya akan dianalisis struktur penulisan, gaya penulisan serta gaya bahasa yang digunakan.

Tahapan menganalisis data menurut Miles dan Huberman (dalam Morissan, 2017 : 19) terdiri dari tiga tahap yaitu :

- A. Reduksi data (*data reduction*), merupakan proses pemilihan data yang letak fokusnya pada kesederhanaan, abstraksi, dan transformasi data muncul dalam berbagai catatan tertulis selama studi lapangan.
- B. Penyajian data (*data display*), setelah menyeleksi data, langkah selanjutnya yakni menyajikan data- data tersebut kedalam bentuk teks dan narasi, juga dengan bentuk began atau table (kalau diperlukan)
- C. Penarikan kesimpulan (*drawing conclusion*), kesimpulan akan dapat ditarik berdasarkan data yang telah disajikan sebagai Langkah akhir dari analisis data. Untuk menarik kesimpulan yang dapat dipercaya, peneliti akan melakukan pengecekan kebenaran sumber sebagai keabsahan data dari penelitian.

Penelitian ini menggunakan keabsahan data dengan triangulasi, triangulasi adalah tahapan dimana sebuah data disebut valid dengan menguatkan beberapa metode. Teknik triangulasi menurut berkaitan dengan sumber, teknik dan waktu, pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik triangulasi metode. Teknik triangulasi dilakukan dengan mewawancarai tiga kategori informan yaitu informan kunci, informan ahli dan informan pendukung, metode ini mengarahkan seorang peneliti untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber untuk dibandingkan hasil observasi dengan hasil wawancara bertujuan untuk mengecek kredibilitas data yang diperoleh dari kegiatan penelitian observasi lapangan.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar belakang pembuatan *press release* oleh humas PTDI adalah sebagai berikut :

- A. pengumuman produk dan layanan baru, humas PTDI seringkali merilis *press release* untuk memberitahukan kepada media dan masyarakat tentang produk dan layanan baru yang mereka luncurkan.
- B. Peristiwa atau acara khusus, humas PTDI juga menggunakan *press release* untuk mengumumkan peristiwa dan acara khusus seperti acara amal, ulang tahun perusahaan dan kegiatan penting perusahaan lainnya.
- C. Pengakuan dan penghargaan, melalui *press release* humas PTDI juga memberitahukan jika perusahaan atau individu dalam perusahaan menerima pengakuan dan penghargaan tertentu.
- D. Pengumuman kebijakan perusahaan, ketika terjadi suatu perubahan besar dalam kebijakan dan prosedur perusahaan, humas PTDI menggunakan *press release* untuk memberitahukan kepada karyawan, pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.
- E. Pengumuman mitra strategis atau kerjasama, jika PTDI menjalin kemitraan strategis atau kerjasama baru yang penting, *press release* dapat digunakan untuk membaritahukan hal tersebut.

Penulisan *press release* melalui tiga tahap yaitu :

##### A. Pengumpulan data *press release*

Tahap awal dalam pembuatan suatu tulisan adalah menentukan ide atau gagasan, ide atau gagasan itu yang nantinya akan menjadi roh dari tulisan kita, ide itu juga yang akan membimbing kita untuk mengumpulkan data atau informasi lain yang diperlukan untuk penulisan. Menentukan sebuah ide membutuhkan kreativitas penulis, penulis ditantang untuk kreatif sehingga bisa menemukan celah atau sisi menarik untuk peristiwa yang akan di angkat. Setelah memperoleh ide, tahap selanjutnya adalah persiapan menulis, secara umum persiapan yang harus dilakukan menurut (Irinatara & A., 2006)

1. Mengumpulkan informasi.
2. Mengidentifikasi aladan pembaca untuk membaca tulisan yang kita buat.
3. Menetapkan tujuan
4. Menetapkan khalayak pokok
5. Menentukan sudut pandang
6. Menyusun kerangka tulisan

PTDI memiliki banyak divisi yang memiliki peran dan tugasnya masing-masing, setiap divisi memiliki informasi yang harus disampaikan kepada masyarakat, baik itu mengenai produk, marketing, kegiatan CSR dan lain sebagainya. Oleh Karena itu humas divisi bertugas sebagai alat penyaluran informasi dari suatu divisi ke pihak internal maupun eksternal. Salah satu bentuk penyampaian informasi oleh humas PTDI ini adalah menggunakan *press release*, dengan *press release* ini nantinya informasi akan disampaikan.



Membahas mengenai proses pengumpulan informasi oleh humas PTDI ini, peneliti menggunakan teori informasi organisasi Karl Weick yaitu teori informasi organisasi, teori ini berfokus pada proses pengorganisasian anggota organisasi untuk mengelola informasi dari pada organisasi itu sendiri

1. Organisasi manusia ada dalam sebuah lingkungan informasi
2. Informasi yang diterima sebuah organisasi berbeda dalam hal ketidakjelasan
3. Organisasi manusia terlibat di dalam pemrosesan informasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi

Setiap divisi di PTDI memiliki tugas sesuai unit kerjanya masing-masing, setiap divisi melakukan kegiatan dan menghadapi peristiwa yang berbeda-beda pula, kegiatan dan peristiwa yang terjadi di masing-masing divisi tersebut akan menghasilkan sebuah informasi di lingkungan unit kerja tersebut. Hal ini sesuai dengan asumsi pertama dari teori Karl Weick yaitu organisasi manusia ada dalam sebuah lingkungan informasi.

Informasi yang berasal dari divisi-divisi di PTDI ini akan menyebar ke divisi kerja yang lainnya, informasi tersebut mungkin akan jelas dan benar dicerna oleh unit kerja yang bersangkutan, tapi untuk divisi lain adalah kemungkinan kecil dapat mencerna dengan jelas dan benar maksud dari informasi yang berasal dari divisi lain. Oleh karena itu disini humas PTDI bertugas untuk mengatur pengelolaan informasi yang ada dari masing-masing divisi di PTDI sehingga mencegah pesan yang ambigu, ini sesuai dengan asumsi kedua dari teori Karl Weick yaitu informasi yang diterima oleh sebuah organisasi berbeda dalam hal ketidakjelasan.

Tindakan yang dilakukan oleh humas PTDI dalam mengatasi ambiguitas isi pesan informasi salah satunya dengan pembuatan *Press release*. Tahap pertama yang dilakukan adalah pencarian data yang valid mengenai informasi, humas PTDI bekerjasama dengan divisi-divisi dari mana informasi tersebut berasal untuk mendapat kejelasan dari isi pesan sebuah informasi. Setelah informasi tersebut *valid* selanjutnya adalah pembuatan *Press release* berdasarkan informasi tersebut yang kemudian akan di publikasikan kepada pihak media untuk mencegah ambiguitas informasi. Hal ini sesuai dengan asumsi ketiga teori informasi organisasi Karl Weick yaitu organisasi manusia terlibat di dalam pemrosesan informasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi.

#### B. Penulisan *Press release*

Menulis yang berkaitan erat dengan aktivitas dan pekerjaan *public relations*, kegiatan tersebut bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, seperti pembuatan *press release*. Naskah-naskah kehumasan memiliki karakter dan gaya penulisannya masing-masing yang mengharuskan praktisi PR untuk lebih banyak latihan agar dapat menguasai secara mutlak dasar-dasar teknik penulisan berita (*news writing*) seperti yang akan digunakan dalam pembuatan *press release*, seperti penggunaan formula 5W+1H serta struktur kalimat dengan sistem piramida terbalik. *Press release* yang dibuat oleh humas PTDI menggunakan unsur 5W+1H tetapi tidak semua unsur digunakan pada bagian *lead* berita, seperti unsur *How* yang dituliskan pada bagian *body*, pada beberapa *press release* ada juga yang tidak memiliki unsur *how*.

Untuk penulisan PTDI sudah menggunakan unsur piramida terbalik, unsur piramida terbalik itu sendiri maksudnya adalah penulisan dari penting menuju ke yang kurang penting, bagian-bagian penting dituliskan pada *lead* sedangkan bagian kurang penting terdapat pada tubuh berita atau *body*. Mengapa saya katakan demikian, karena apabila jurnalis tidak membaca *release* tersebut sampai akhir pun tapi mereka sudah mengetahui inti informasi yang di sampaikan dengan jelas, oleh karena itu menurut peneliti penulisan *release* oleh humas PTDI sudah benar menggunakan sistem piramida terbalik.

Salah satu kekurangan *press release* yang dibuat oleh humas PTDI yaitu tidak memiliki kalimat kutipan langsung yang menjadi salah satu unsur penting dalam penulisan. Kalimat kutipan langsung memiliki peran penting dalam sebuah *Press release* karena memberikan dimensi manusiawi dan otoritas pada informasi yang disampaikan.

#### C. Pengiriman *Press release*

Setelah *press release* selesai ditulis, selanjutnya tugas humas PTDI adalah mengirimkan *press release* ke media, PTDI sudah memiliki daftar kontak jurnalis yang sering meliput perusahaan mereka. Ketika mengirimkan *press release* kepada jurnalis humas PTDI juga harus memperhatikan beberapa hal, bagaimana *release* tersebut dilirik dan menarik perhatian para jurnalis. Misalnya ketika hendak mengirimkan pesan, setiap jurnalis menerima banyak pesan setiap harinya, memberikan pesan yang menarik adalah salah satu cara agar pesan tersebut dilirik oleh jurnalis. Pemilihan waktu yang tepat untuk pengiriman *press release* juga penting, hari dan waktu yang dipilih untuk mengirim *release* dapat memberikan dampak yang signifikan pada jumlah jurnalis yang akan memutuskan meliput berita. Setelah *press release* dikirim beberapa hari setelahnya sebaiknya dikonfirmasi ulang jika masih belum menerima balasan dari pihak media.

#### D. Kendala dalam Penulisan *Press Release* PT Dirgantara Indonesia

Kendala yang dihadapi oleh tim humas PTDI adalah ketika pengiriman *press release* ke media, kerap kali jurnalis telat membaca *press release* yang mereka kirimkan ke grup, masalah ini mereka atasi dengan mengirimkan pesan *WhatsApp* secara pribadi untuk mengkonfirmasi ulang agar jurnalis tersebut membaca grup. Kemudian kendala pada informasi yang mereka miliki ketika ada wartawan yang datang untuk menanyakan terkait suatu kegiatan, namun tim humas kekurangan informasi akan hal tersebut, mereka mengatasinya dengan mengkonfirmasi kepada atasan untuk memvalidasi informasi tersebut.

Dari segi media kendala yang dialami adalah kurang adanya kutipan langsung di dalam *press release* sehingga

pihak jurnalis merasa pesan yang dikirimkan kurang sempurna, karena pihak jurnalis perlu kejelasan terkait berita yang akan mereka sampaikan, kalimat kutipan langsung akan membuat *press release* menjadi semakin lengkap dan baik.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti di bagian humas PT Dirgantara Indonesia mengenai aktivitas *public relations* dalam pembuatan *press release* pada divisi humas PT Dirgantara Indonesia peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. Latar belakang pembuatan *press release* oleh divisi humas PT Dirgantara Indonesia adalah menyampaikan seluruh informasi yang berasal dari berbagai divisi yang ada di PTDI kepada publik dan mengatasi ketidakjelasan informasi dan mendapatkan pemberitaan yang layak di media. Selain itu tujuan dibuatnya *press release* adalah meningkatkan rasa bangga karyawan PTDI dan mendorong pembentukan citra positif dan reputasi PTDI.
2. Kegiatan pembuatan *press release* oleh humas PTDI, kegiatan pembuatan *Press release* dilakukan dengan tiga tahapan, tahapan pertama yaitu mengumpulkan data atau informasi, tahap kedua adalah penulisan *press release*, pada tahap ini data mengenai informasi dalam *press release* yang diperoleh dari suatu divisi akan diproses penulisannya dengan menggunakan gaya penulisan gaya bahasa jurnalistik dan pola piramida terbalik. Tahap ketiga yaitu pengiriman *press release* ke media dengan mengirimkan langsung kepada pihak jurnalis perwakilan suatu media yang sudah digabungkan ke sebuah grup *whatsApp*.
3. Kendala yang dihadapi adalah terkait dengan pengiriman *press release* ke media, ketika jurnalis telat atau tidak membaca *press release* yang humas PTDI kirimkan ke grup *WhatsApp*, selain itu juga ada kendala ketika para jurnalis ingin mendapatkan informasi terkait suatu kegiatan lalu menghubungi pihak humas, namun pihak humas kekurangan informasi tentang hal yang ditanyakan, oleh karena itu pihak humas perlu mengkonfirmasi kepada divisi yang bersangkutan.

### B. Saran

Peneliti memberikan beberapa saran setelah melakukan penelitian ini

#### 1. Saran Teoritis

Peneliti mengharapkan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian tentang aktivitas pembuatan *press release* untuk lebih mendalam dan menggunakan teori yang lain dan melakukan pengamatan berkaitan dengan *press release* terlebih dahulu. Mengamati lingkungan internal perusahaan serta karakteristik media-media yang berada pada lingkungan eksternal Perusahaan

#### 2. Saran Praktis

- a. Humas PTDI harus meningkatkan kinerja pada kegiatannya dalam mengatur arus informasi di PTDI, harus terus berusaha memberikan informasi-informasi yang jelas, akurat dan terpercaya yang dibutuhkan publik melalui *press release*, harus terus menjaga dan meningkatkan bentuk penulisan *press release* yang baik dengan penggunaan bahasa jurnalistik dan konsep piramida terbalik di setiap *press release*.
- b. Dapat dijadikan bahan rujukan atau referensi bagi peneliti lain dalam penelitian selanjutnya, khususnya dalam kegiatan *press releations* dalam bentuk kegiatan *press release*.

## REFERENSI

- Anggaraini, C., & Yugih, S. (2019). Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana. *EJournal Universitas Tarumanegara*, 408.
- Fatimah, S. (2019). Efektivitas Press Release Pemerintahan Daerah Kabupaten Garut Terhadap Pembentukan Citra Pemerintahannya di Kalangan Wartawan. *Jurnal Common*, 95-96.
- Irinatara, Y., & A., Y. S. (2006). *Public Relations Writing*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Raharjo, R. S. (2016). Media Relations di Media Massa. *Jurnal Komunikasi Profetik Vol.9 No.2*, 5.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sopian. (2016). *Public Relations Writing*. Jakarta: PT Grasindo.