

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Secara umum hasil penelitian mengenai “Analisis Isi *Press release* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk ditinjau dari Perspektif Jurnalistik” pada bulan Januari – Desember 2012 yang dikeluarkan oleh Humas PT Semen Indonesia (Persero) Tbk adalah memenuhi standart media massa yang ditinjau dari perspektif jurnalistik.

Merujuk pada hasil penelitian terhadap *press release* PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dikatakan bahwa kegiatan *Public Relations* (PR) dan Jurnalistik berkaitan sangat erat, keduanya tidak bisa berdiri sendiri. PR membutuhkan media massa untuk kepentingan publikasi perusahaan sedangkan media massa membutuhkan PR untuk mendapatkan berita dan juga tuntutan dari pimpinan redaksi. Oleh karena itu, dalam penulisan *release*, PR harus menyesuaikan format standart jurnalistik yang biasanya digunakan oleh wartawan, diantaranya menggunakan struktur berita piramida terbalik, bahasa jurnalistik yang baku, teras berita (*lead*) yang tepat, ada nilai berita yang diangkat, dan tata letak penulisan *release* yang sesuai.

Press release PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. lebih menekankan pada jenis *release* yaitu *Basic Publicity Release*, dan dua kategori lainnya yaitu *Product Release* dan *Financial Release*. Dalam *press release* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, *Basic Publicity release* memuat bahasa jurnalistik, nilai berita, jenis *lead*, struktur

berita dan tata letak penulisan *release*. *Basic Publicity Release* menekankan bahwa informasi yang dinilai mengandung nilai berita bagi media massa dengan cara membuat *event-event* yang menarik. Kegiatan tersebut berupa seminar, lomba, pemberian penghargaan, *merger/kerjasama* dan kegiatan yang paling tinggi adalah CSR/ amal yang paling banyak dimuat oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Penilaian *press release* oleh media dibagi menjadi menjadi lima kategori, yaitu bahasa jurnalistik, nilai berita, jenis *lead*, struktur berita dan tata letak penulisan *release*. Di dalam kategori Bahasa Jurnalistik, Ejaan bahasa baku memperoleh prosentase yang tinggi yang berarti bahwa *release* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk telah memakai bahasa yang telah disempurnakan (EYD) sehingga bahasa *release* yang disampaikan kepada media massa, akan lebih mudah dipahami sesuai standart bahasa indonesia.

Kategori selanjutnya yaitu nilai berita, dari hasil *analisis press release* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk lebih banyak memuat unsur *timeline*, karena *press release* yang telah dibuat oleh Humas dikeluarkan pada hari sebelum (H-1) atau pada saat kegiatan berlangsung (Hari ini) dan disebarkan kepada media massa dan pihak yang bekepentingan. *Release* tersebut akan dipublikasikan ke surat kabar pada hari esoknya, oleh karena itu *release-release* tersebut mengandung nilai *timeline*.

Pada jenis *lead*, *What Lead* mendapatkan penilaian lebih tinggi daripada jenis *lead* lainnya. Pada *release* ini, *what lead* lebih menonjolkan hal pokok atau hal terpenting dalam berita dan dipakai pada saat peristiwa yang terjadi lebih menarik perhatian pembaca ketimbang orang yang berperan di dalam peristiwa tersebut.

Kategori terakhir, struktur berita dan tata letak penulisan *release* mendapatkan perolehan tinggi. Humas menggunakan struktur berita dengan metode piramida terbalik, karena metode ini sangat disukai wartawan untuk membaca *release* dari yang paling penting sampai kurang penting. Sedangkan Humas memenuhi standar tata letak penulisan *release*, yang didalamnya memuat format *letter head*, judul, *lead*, tubuh berita dan penutup. Kelengkapan ini juga menjadi faktor wartawan menyukai *release*, karena penulisan rapi disertai informasi dan *contact person* yang jelas.

V.2 Saran

Saran peneliti, *press release* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk lebih memperkaya kreatifitas dalam penulisan *press release* yang tidak saja berupa *basic publicity release* yang memuat berita tentang event-event, tetapi juga mengarah pada bentuk *release* yang lain yaitu *product release*. Tantangannya adalah bagaimana informasi yang berupa penjelasan tentang produk dan layanan dapat dikemas dalam *press release* yang menarik tidak sekedar bersifat promosi. Mengemas informasi produk atau layanan yang dimiliki atau pun yang baru dikembangkan oleh PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, dengan mengangkat sisi-sisi edukasi kepada masyarakat tentang temuan teknologi atau pun fitur dan manfaat dari produk dan layanan dengan tetap memperhatikan kaidah jurnalistik tidak saja akan menambah ragam informasi dalam *press release* yang dibuat oleh Humas bagi media, tetapi juga memperkuat citra PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dalam masyarakat.

Berkaitan dengan struktur berita, bahasa jurnalistik, nilai berita, teras berita (*lead*), dan tata letak penulisan *release*, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dalam penulisan *release* sudah sesuai dengan kaidah jurnalistik dan dapat dipertahankan. Harapannya, agar para teknisi PR di BUMN lainnya dapat berkembang dan mencontoh karya *press release* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk sesuai dengan perspektif jurnalistik atau standar media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Aceng. (2001). *Press Relations: Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Informasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cutlip, Scott M.; Center, Allen H.; dan Broom. (2006). *Effective public relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Darmastuti, Rini. (2012). *Media Relations Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Foster, John. (2005). *Effective Writing Skills for Public Relations. London and Sterling: Kogan Page*.
- Iriantara, Yosol. (2005). *Media Relations: Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis.
- Jefkins, Frank. (2005). *Public Relations Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, Frank. (1992). *Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (1994). *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Krippendorff, Klaus. (1991). *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. (Farid Wajidi). Jakarta: CV. Rajawali.

Kusumaningrat, Hikmat; Purnama. (2009). *Jurnalistik Teori & Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

----- (2008). *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Michael Bland, Alison Theaker, David Wragg. (2001). *Hubungan Media Yang Efektif*. Penerbit: Erlangga.

Mulyana, Deddy. (2007). *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Prajarto, Nunung. (2010). *Analisis Isi: Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Fisipol UGM.

Prayudi. (2007). *Penulisan Naskah Public Relations*. Yogyakarta: Andi.

Rumanti, Maria Assumpta. (2002). *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Widiasarana

Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Siregar, Ashadi, dkk. (1998). *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius.

Soemirat, Soleh; Ardianto, Elvinarno. (2007). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Referensi Internet :

Pertumbuhan Industri Humas di Asia Pasifik Lebih Tinggi. (2013). Tribun news. com. 6 Agustus 2013. Pukul 21.15 WIB.
<http://www.tribunnews.com/nasional/2013/08/01/pertumbuhan-industri-humas-di-asia-pasifik-lebih-tinggi>

Pentingnya Kemampuan Jurnalistik Bagi Praktisi PR. 2013. Pukul 18.00 WIB.
<http://www.theprworld.com/360/highlight/446-pentingnya-kemampuan-jurnalistik-bagi-praktisi-pr>

10 BUMN terbaik versi BUMN Watch. (2009). BUMN Watch.com.
http://www.bumnwatch.com/id09/index.php?option=com_content&view=article&id=70%3A10-bumn-terbaik-versi-bumn-watch&catid=35%3Aserba-serbi&Itemid=37

Pergantian nama Semen Indonesia. (2013). Semen Indonesia.com. 5 Januari 2013. Pukul 20.00 WIB. www.semenindonesia.com

What is News Release. (2014). Academia.edu. Pukul 23.15 WIB.
http://www.academia.edu/3671203/Public_relations

Wawancara :

Kepala Bagian Humas sesi Hubungan Internal dan Media luar Jakarta, Muhammad Faiq Niyazi. Pukul 13.30 WIB. 27 Maret 2014. Kantor Pusat PT Semen Indonesia (Persero) Tbk lantai 8, Jalan Veteran, Gresik.

Staff Humas sesi Hubungan Internal dan Media luar Jakarta, Feny Hidayati. Pukul 15.00 WIB. 27 Maret 2014. Kantor Pusat PT Semen Indonesia (Persero) Tbk lantai 8, Jalan Veteran, Gresik.