

**Cara Menulis *Press release* di Media Massa:  
PkM di Kalurahan Madurejo, Kapanewon Prambanan Sleman,  
Daerah Istimewa Yogyakarta**

**Siti Saudah<sup>1</sup>, Suprih Ambawani<sup>2</sup>, Bernadetta Eko Putranti<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Institut Sains dan Teknologi AKPRIND Yogyakarta

e-mail: [lsaudah@akprind.ac.id](mailto:lsaudah@akprind.ac.id)<sup>2</sup>[suprih@akprind.ac.id](mailto:suprih@akprind.ac.id)<sup>3</sup> [bernadetta@akprind.ac.id](mailto:bernadetta@akprind.ac.id).

**Abstrak**

Informasi menjadi hal yang memegang peran penting dalam perkembangan masyarakat. *Press release* menjadi hal yang sangat penting di era sekarang. *Press release* merupakan salah satu tugas yang harus dilakukan admin/humas publikasi untuk memberikan informasi mengenai peristiwa atau informasi yang berkaitan dengan kegiatan atau peristiwa lainnya di suatu organisasi. PkM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan secara teknis dalam membuat *press release* untuk pengelola website desa di kelurahan Madurejo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta. Metode yang digunakan: 1. Pemberian pretest sebelum PkM, guna mengetahui pemahaman tentang *press release* untuk peserta. 2. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. 3. Pemberian Posttest pasca PkM, untuk mengetahui pemahaman peserta setelah dilakukan pendampingan cara penulisan *press release*. Hasil PkM bahwa setelah dilakukan pendampingan peserta lebih komunikatif dalam memberikan informasi ke masyarakat yang sebelumnya dilakukan secara apa adanya karena belum mengetahui teknik penulisan *press release*.

**Kata Kunci:** *Press release, Website.Informasi*

**Abstract**

Information plays an important role in the development of society. Press releases are very important in the current era. Press release is one of the tasks that must be done by admin/public relations to provide information about events or information related to activities or other events in an organisation. This PkM aims to provide technical training in making press releases for village website managers in Madurejo village, Prambanan, Sleman, Yogyakarta. Methods used: 1. Giving a pretest before PkM, to determine the understanding of press releases for participants. 2. Implementation of training and mentoring. 3. Giving Posttest after PkM, to find out the understanding of participants after assistance in writing press releases. The result of PkM is that after the mentoring, participants are more communicative in providing information to the community, which was previously done in an arbitrary manner because they did not know the technique of writing press releases.

**Keywords:** Press release, Website.information

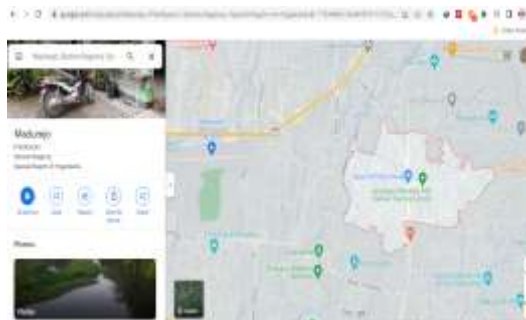
## Pendahuluan

Saat ini informasi menjadi hal yang memegang peran penting dalam perkembangan masyarakat. Bahkan saat ini dikenal istilah era informasi dan masyarakat informasi. Di mana arus informasi yang begitu beruntun menerpa masyarakat, di samping itu masyarakat saat ini memiliki kepentingan yang besar untuk memperoleh informasi tersebut. Sehingga dapat dikatakan perkembangan masyarakat saat ini tidak terlepas dari peran penyebaran informasi. *Press release* ialah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh humas suatu lembaga atau organisasi yang disampaikan kepada pengelola *pers* atau redaksi media massa agar dapat dipublikasikan di media (Tolapa, 2018:12).

*Press release* tidak hanya dipublikasikan oleh media massa atau media cetak saja, dalam berkembangnya teknologi informasi *press release* dapat di publikasikan melalui *website* organisasi atau lembaga. Kegiatan *press release* yang dilakukan oleh praktisi humas dalam setiap aktivitas lembaga atau organisasi bertujuan memberikan informasi tentang kegiatan serta kebijakan-kebijakan yang berada dalam organisasi atau lembaga atau organisasi kepada publik yang di publikasikan oleh media massa dan *website* organisasi. Dalam pembuatan *press release*, humas menggunakan sistematika penulisan berita sehingga memiliki nilai berita dan tidak terkesan iklan dalam pembentukan berita oleh media. Pembuatan *press release* yang dilakukan humas harus berbentuk berita sehingga dapat dimuat oleh media.

Humas harus memahami standar penulisan berita yang sama dengan yang dimiliki oleh media sehingga berita yang dimuat oleh humas tak terkesan seperti promosi atau iklan organisasi atau lembaga atau organisasi. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh (Titis,2016:81) sebagai berikut, "*Press Release* atau siaran pers dijadikan sarana *Public Relations* (Humas) untuk menyampaikan informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* suatu organisasi yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa (TV, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa.

Kelurahan Madurejo merupakan suatu Kelurahan di Kapanewonan Prambanan, Sleman Yogyakarta. Dalam gambar 1 disajikan wilayah Kelurahan Madurejo, yang berbatasan dengan kecamatan Berbah dan Kalasan. Wilayah ini juga berada di banyak situs budaya, seperti candi Abang, candi Banyunibo, candi Ratu Boko dan candi Kalasan.



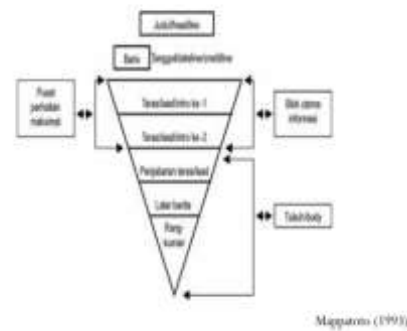
Gambar 1. Lokasi Desa Madurejo Prambanan Sleman

Kegiatan PkM ini yaitu menerapkan pengelola website dan Cara membuat *press release* Kelurahan Madurejo, Prambanan Sleman, maka diselenggarakan pelatihan dengan tema bagaimana membuat *Press release* yang baik yang dilaksanakan oleh tim dosen. Desa Madurejo Prambanan memiliki Website di <https://madurejosid.slemankab.go.id/first> .



Gambar 2. Website desa Madurejo

Struktur Penulisan Press Release



Gambar 3. Struktur Penulisan *Press Release*

Dalam website tersebut masih banyak yang perlu ditingkatkan, yaitu banyak laman masih kosong, misalnya pada laman profil, produk usaha, produk hukum dan beberapa halaman lain. Hal ini perlu diberikan cara penulisan *press release* guna mengisi berita-berita di website dapat dicapai.

Dikutip dari website desa Madurejo, visi misi desa adalah Penyelenggaraan Pemerintahan Kelurahan menetapkan visi yang merupakan cita-cita yang ingin dicapai yaitu " Bersama Membangun Madurejo Menuju Terciptanya Madurejo yang Sejahtera, Mandiri, Berbudaya, Aman Lahir Batin Berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945". Sedangkan misi desa Madurejo adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan organisasi tata pemerintahan kelurahan yang efektif, efisien, bersih, berwibawa serta akuntabel.
2. Peningkatan pembangunan, sumber daya manusia di Kelurahan Madurejo,
3. Perluasan kesempatan kerja, mengurangi pengangguran dan pengentasan kemiskinan di Kelurahan Madurejo,
4. Peningkatan rasa aman, tentram, secara lahir dan batin di kelurahan Madurejo,
5. Membentuk masyarakat Madurejo yang bersifat religius, saling menghormati antar pemeluk agama berdasarkan Pancasila.

Kendala yang dihadapi oleh admin/pengelola website di desa Madurejo tersebut adalah keterbatasan dalam membuat berita/informasi untuk media massa agar disampaikan ke publik (*Press Release*). Oleh karena itu dilakukan pelatihan bagaimana cara menulis *press release* agar mendapatkan berita yang komprehensif, komunikatif, dan menarik sehingga dapat memberikan pemahaman pengenalan kepada pengelola website desa agar dapat menyajikan berita atau informasi yang menarik.

Materi tersebut diharapkan dapat membantu admin/pengelola website di desa Madurejo khususnya cara membuat *press release* di media massa. Hal ini merupakan

solusi sangat penting untuk diadakan pelatihan dengan memberikan keterampilan cara membuat *press release* di media massa.

### **Metode**

Metode yang digunakan dalam kegiatan PkM meliputi:

#### 1. Pemberian *pretest* sebelum PkM

Pada tahap awal diberikan *pretest* sebelum penyuluhan dimulai dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman tentang "*press release*", dan cara menulis berita/informasi komprehensif, komunikatif, dan baik untuk di muat di media massa. pada admin/pengelola website di desa Madurejo.

#### 2. Kegiatan PkM

Kegiatan pelatihan untuk memberikan pemahaman dalam pembuatan "*press release*" kepada pengelola website/admin. Kegiatan ini dilaksanakan di saat pandemi Covid-19, namun pelaksanaan PkM dilakukan secara luring dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. PkM ini dilaksanakan pada 14 September 2022.

#### 3. Pemberian *Posttest* pasca PkM

Pemberian *posttest* setelah kegiatan untuk mengetahui sejauh mana pengelola website dapat memahami materi yang diberikan dan pengaruh PkM bagi masyarakat khususnya dalam pembuatan "*press release*" guna membuat berita/informasi dapat dimuat di media massa.

### **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan PkM ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pemahaman cara membuat *press release* dan dampak bagi admin/pengelola website dalam praktik penyusunan berita di media massa. Demikian juga bagaimana hasil PkM dapat memberikan pemahaman, berlatih dan praktik dalam pembuatan berita sesuai dengan ketentuan atau formula yang ada. Pada tahap awal PkM, tim memberikan 5 pertanyaan kepada masyarakat, yaitu:

1. Apakah Anda pernah menulis berita/informasi *press release* di media massa?
2. Apakah Anda mengerti apa itu *press release*?
3. Apakah Anda selama menulis *press release* menggunakan aturan yang berlaku?
4. Apakah Anda mengetahui bahwa penulisan *press release* yang tidak sesuai aturan kurang efektif?
5. Apakah Anda memerlukan pelatihan terkait cara penulisan *press release* di media?

Pertanyaan tersebut diberikan kepada 2 orang pengelola *website* dan 10 pemuda desa yang hadir di lokasi PkM. Adapun responden adalah pemuda di desa Madurejo dan hasil dari *pretest* adalah sebagai berikut: dari pertanyaan *pertama*, maka sebanyak 8 orang responden menjawab perlu pelatihan cara membuat *press release* termasuk yang merupakan admin/pengelola website, dan sisanya 4 orang tidak terkait dengan website desa. Hal ini menunjukkan bahwa pemuda desa Madurejo sebagian besar telah tertarik dan membutuhkan pelatihan dalam penulisan berita/informasi (*press release*) untuk dimuat di media massa. Sementara dari pertanyaan *kedua*, maka dapat

dilihat bahwa 2 orang menjawab tahu dan mengerti bahwa *press release* itu adalah menulis berita di media, sedangkan 10 orang menjawab tidak tahu dan tidak mengerti tentang *press release*.

Hasil ini menunjukkan bahwa: pemuda dan pengelola website di desa Madurejo sebagai besar belum memahami *press release*. Hal ini dapat dipahami karena istilah *press release* belum banyak digunakan di masyarakat. Sedangkan dari pertanyaan *ketiga* apakah selama menulis berita/informasi sesuai aturan penulisan *press release*, maka sebanyak 2 orang menjawab ya dan sebanyak 10 orang menjawab tidak, hal ini dapat diketahui bahwa pemahaman dalam penulisan berita/informasi oleh pemuda desa khususnya admin/pengelola website dalam membuat berita perlu diperhatikan. Dapat dimengerti bahwa pengetahuan tentang penulisan berita/informasi memang diperlukan keterampilan khusus sehingga mendapatkan hasil yang maksimal. Pertanyaan *keempat*, maka dapat dilihat bahwa 0 orang menjawab tahu dan mengerti bahwa penulisan berita dan informasi/*press release* yang tidak sesuai dengan aturan/ketentuan akan mengurangi keefektifan informasi yang diberikan, sedangkan 12 orang menjawab tidak tahu dan tidak mengerti tentang aturan dalam penulisan *press release*. Hasil ini menunjukkan bahwa pemuda dan pengelola website di desa Madurejo sebagai besar belum memahami aturan/cara menulis berita/informasi (*press release*) di media massa. Hal ini dapat dipahami karena istilah *press release* belum banyak digunakan di masyarakat.

Sedangkan untuk pertanyaan *kelima*, apakah Anda memerlukan pelatihan terkait cara menulis berita atau informasi di media massa, maka sebanyak 12 orang menjawab ya. Dari hasil tersebut dapat di lihat bahwa pemuda di Desa Madurejo banyak yang belum memahami aturan/cara menulis berita/informasi dan dampaknya jika tidak sesuai dengan aturan sehingga perlu diberikan pelatihan tentang cara membuat *press release* untuk dimuat di media massa.

Materi yang diberikan berupa penjelasan tentang: Apa pengertian *press release*, mengapa perlu mematuhi aturan cara menulis berita/*press release* dalam media massa dan bagaimana dampak jika tidak mematuhi aturan tersebut dalam menulis berita. Pelatihan ditekankan pada admin/pengelola website. Pelatihan cara menulis *press release* meliputi: 1) Apa pengertian *press release*/siaran pers? 2) Mengapa perlu membuat *press release*? 3) Bagaimana cara menulis *press release*? 4) Bagaimana struktur *press release*? 5) Bagaimana teknis menulis *press release*? 6) Contoh *press release* yang baik.



Gambar.4 Pelaksanaan pelatihan



Gambar 5. diskusi menyelesaikan masalah



Hal ini dijelaskan bahwa *Press release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh humas dan disampaikan kepada pengelola redaksi pers diberbagai media massa untuk dipublikasikan dalam medianya tersebut. *Press release* yang merupakan aktivitas humas yang digunakan agar lembaganya selalu eksis di media. Kelebihan *press release* mampu menjangkau publik yang banyak. *Press release* yang baik harus memiliki nilai berita (*news value*) agar beritanya dapat disukai masyarakat luas.

Di negara lain istilah *press release* itu kadang-kadang disebut *news release*, suatu istilah yang maknanya menyangkut keseluruhan media massa, jadi tidak hanya media cetak saja. Persyaratan penyusunan *press release* menurut Effendy dalam bukunya Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis mengemukakan syarat- syarat *press release* sebagai berikut:

- a. Mengandung Nilai Berita (*News Value*) Herbert Baus dalam definisinya menegaskan bahwa tugas publisitas dalam hal ini *press release* adalah memaparkan kisah. Kisah yang mengandung nilai berita adalah kisah mengenai hal atau peristiwa yang menimbulkan rasa aneh, kagum, heran, dan sebagainya atau yang luar biasa atau pertama kalinya terjadi.
- b. Faktanya Termasa (*Timely*) Yang dimaksud dengan termasa atau *timely* dalam konteks pemberitaan ialah waktu terjadinya peristiwa yang relatif baru. Ketermasaan atau *timeliness* suatu berita surat kabar di Indonesia terukur oleh 24 jam. Jadi, jika suatu peristiwa kemarin, dan dikirimkan dengan *press release* kepada media massa hari ini, termasuk termasa. Surat kabar akan mempertimbangkan, tetapi jika lewat dari itu, ada kemungkinan *press release* tersebut dicampakkan.
- c. Disusun secara piramida terbalik (*Inverted Pyramid*) Piramida terbalik atau *inverted pyramid* merupakan istilah jurnalistik, yakni bahwa dalam susunan kisah berita didahulukan segi terpenting atau klimaks, yang disusul berturut-turut oleh bagian yang berkadar semakin rendah: penting, agak penting, kurang penting, dan tidak penting.
- d. Mengandung Rumus „5 W & 1 H“ Dalam jurnalistik dikenal rumus “5 W & 1 H” yang dengan sendirinya harus menjadi persyaratan *press release*. Rumus tersebut adalah singkatan dari:  
What - Apa: Apa yang terjadi?  
Who - Siapa: Siapa yang terlibat?  
Where - Dimana: Dimana terjadinya?  
When - Kapan: Kapan terjadinya?  
Why - Mengapa: Kenapa terjadi demikian?  
How - Bagaimana: Bagaimana terjadinya?
- e. Disusun Dengan Kata-Kata Lazim Sasaran media massa adalah khalayak heterogen, beraneka dalam banyak hal: jenis kelamin, usia, agama, bangsa dan suku bangsa, status sosial, pendidikan, kebudayaan, pandangan hidup, gaya hidup, hobi, dan seterusnya (Effendy, 1981:32).

Selanjutnya, kategori struktur *press release* yang diturunkan menjadi lima kategorisasi, yaitu kategorisasi tanggal *press release*, kategorisasi judul, kategorisasi

lead, kategorisasi tubuh berita dan kategorisasi pencantuman contact person. Untuk kategorisasi pertama, yaitu tanggal *press release* adalah pada *press release* terdapat tanggal, bulan dan tahun kapan dibuatnya *press release* tersebut. Kemudian, kategorisasi judul, di mana menurut (Kriyantono, 2012:130) bahwa judul adalah tulisan yang pertama kali dibaca orang. Maka, harus dikemas semenarik mungkin sehingga orang terangsang untuk membaca. Selain itu, kategorisasi lead atau teras berita adalah bagian berita yang terletak di alinea atau paragraf pertama (Kriyantono, 2012: 131). Maka, perlu mengandung pokok terpenting, membantu dan memudahkan pembaca yang sibuk beraktivitas. Selanjutnya, kategorisasi tubuh berita yang merupakan uraian lengkap dari berita dengan menggunakan piramida terbalik, yaitu dimulai dari hal yang dianggap paling penting (Kriyantono, 2012:136-138). Untuk kategorisasi pencantuman contact person, *press release* perlu mencantumkan nama, email, dan nomor telepon yang dapat mengidentifikasi siapa si pembuat *press release*.

Pentingnya website di desa sangat penting terutama guna meningkatkan perkembangan dan kualitas desa sebagai desa wisata. seperti yang diungkapkan Sonya bahwa kemajuan IPTEK yang demikian pesat berdampak pula pada kemajuan dibidang pariwisata (Sonya, 2015:60).

Selanjutnya dilakukan pengukuran hasil PkM dengan memberikan *posttest* kepada peserta pelatihan, sesudah kegiatan pelatihan PkM. Kepada pemuda/admin dan pengelola website kembali diberikan lima pertanyaan, yaitu:

1. Apakah anda dapat memahami materi pelatihan dengan baik?
2. Apakah anda mendapat manfaat yang signifikan setelah mendapat pelatihan?
3. Apakah saat ini anda mengerti bagaimana sebaiknya menulis berita/informasi di media massa?
4. Apakah sekarang anda telah memahami dampak jika tidak memenuhi aturan dalam menulis berita *press release* di media massa?
5. Apakah anda akan mengimplementasikan pemahaman yang telah anda peroleh dalam menulis berita atau informasi di media massa?

Pertanyaan tersebut kembali diberikan kepada admin/pengelola website dan pemuda desa yang telah mendapatkan materi pelatihan di Desa Madurejo dengan 12 peserta, diperoleh jawaban sebagai berikut: Hasil dari pertanyaan pertama, apakah materi penyuluhan PkM dapat dipahami oleh peserta pelatihan, maka sebanyak 10 orang menjawab paham, sedangkan 2 orang menjawab tidak paham sedangkan untuk pertanyaan kedua apakah peserta mendapat manfaat yang signifikan setelah mendapat penyuluhan, maka sebanyak 11 orang menjawab mendapat manfaat yang signifikan dan sisanya 1 orang menjawab tidak. Sementara untuk pertanyaan ketiga, apakah peserta mengerti bagaimana sebaiknya cara menulis *press release* agar dapat komunikatif dan efisien maka diperoleh jawaban, 10 orang menjawab mengerti dan sisanya 2 orang menjawab belum mengerti. Sedangkan pada pertanyaan keempat apakah sekarang peserta telah memahami bahwa menulis *press release* agar baik dan komunikatif perlu adanya aturan-aturan tertentu, maka sebanyak 11 orang menjawab memahami, dan hanya 1 orang yang menjawab belum memahami. Pada pertanyaan kelima, apakah anda akan mengimplementasikan pemahaman yang telah anda

peroleh, maka semua peserta pelatihan menjawab akan mempraktikkan pemahaman ini untuk menulis berita/informasi di media massa terutama website desa.

Dari hasil *pretest* dan *posttest*, dapat dilihat bahwa, ada perbedaan pemahaman cara menulis berita/informasi di website desa. Hal ini membuktikan bahwa cara menulis berita/informasi yang baik di website khususnya belum dipahami dan diimplementasikan dengan baik. Setelah dilakukan pelatihan peserta lebih memahami cara menulis berita/informasi dalam media massa khususnya di *website* desa.



Gambar 6 lokasi pelaksanaan pelatihan



Gambar 7 Proses Pelatihan Pembuatan *Press Release*

## Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan PkM dapat diambil kesimpulan bahwa: Penggunaan tata cara penulisan *press release* selama ini belum banyak dipahami oleh pengelola website/admin dalam menulis berita/informasi di website desa. Menulis berita selama ini dilakukan dengan seadanya saja. Cara penulisan *press release* sangat perlu dipahami oleh admin/pengelola *website* dan peserta pelatihan sebagai target dari kegiatan PkM. Dampak pelatihan dalam penerapan tata cara penulisan *press release* oleh pengelola website akan lebih komunikatif dalam memberikan informasi ke khalayak. Tingkat keingintahuan admin/pengelola website dalam memahami cara penulisan *press release* sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan tingginya perhatian dan apresiasi peserta pelatihan terhadap PkM ini.

## Daftar Pustaka

- R, Kriyantono. Public relations writing Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat Edisi kedua. Jakarta, Indonesia: Kencana Premadamedia Group. 2012.
- Sonya, Margaretha, Meylani Yo, dan Nobertus Ribut Santoso. "Karakter *Press release* Praktisi Public Relations Hotel di Yogyakarta" dalam Jurnal Komunikasi MAKNA vol. 6 no. 1 pp.60-70. 2015.
- Titis Gandariani. "Public Relations Dan Kemampuan Menulis *Press release* sebagai Publisitas Korporat" dalam Jurnal Lentera Komunikasi. vol. 2. no. 1. pp.71-79. 2016.
- Tolapa, Minarni "Peran *Press release* Sebagai Bentuk Penyebaran Informasi Publik Di Bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo" dalam Jurnal Al Qisthi Jurnal Sosial Politik. Vol 8. No.2 pp. 1-14. 2018.
- Uchjana, Effendy Onong. Dimensi-Dimensi Komunikasi. Bandung: Alumni. 1981