

KARAKTERISTIK ISI SIARAN PERS PEMERINTAH KOTA DEPOK

Sumartono

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara Tol Tomang-Kebun Jeruk, Jakarta 11510
sumartono@esaunggul.ac.id

Abstract

Press Release Characteristics Depok city government, Study of completeness, Eligibility Press Release Good . The purpose of this study are: (1) to assess and analyze the completeness of the contents of the press release made by the Public Relations Depok city government in accordance with the terms of writing a good press release. This research was conducted in Depok city government . The population of this research is the press release made by the Depok city government public relations in the period from January to April 2015 amounted to 51 news and sampling was conducted randomly by 50 % of the total population, namely 26 news. This research was conducted using quantitative content analysis research . Data collected was presented in the form of frequency tables and will be analyzed to see whether they qualify tendency of a good press release .

Keywords: *Characteristics, Press Release , Depok*

Abstrak

Karakteristik *Press Release* Pemda Kota Depok, Studi Mengenai Kelengkapan, Pemenuhan Syarat *Press Release* yang Baik. Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui dan menganalisis kelengkapan isi *press release* yang dibuat oleh Humas Pemda Kota Depok sesuai dengan syarat penulisan *press release* yang baik. Penelitian ini dilaksanakan di Pemda Kota Depok. Adapun populasi penelitian ini adalah *press release* yang dibuat oleh humas pemda kota Depok dalam kurun waktu bulan Januari – April 2015 yang berjumlah 51 berita dan pengambilan sampel dilakukan secara random sebesar 50% dari jumlah populasi yaitu 26 berita. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian analisis isi kuantitatif. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan akan di analisis untuk melihat kecenderungan dari pemenuhan syarat *press release* yang baik.

Kata kunci: Karakteristik, Siaran Pers, Depok

Latar Belakang Masalah

Salah satu aktivitas yang sering dilakukan oleh humas dalam berkomunikasi untuk menyampaikan informasi mengenai instansi, organisasi yang diwakilinya kepada masyarakat adalah dengan membuat siaran pers. Oleh karena itu siaran pers merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang sering dilakukan oleh praktisi humas.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Wicaksono Noeradi, dalam acara Musyawarah Besar Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia di Yogyakarta pada akhir tahun 2004 menyatakan bahwa 70% aktivitas *Public Relations (PR)* adalah menulis. Ini menunjukan bahwa seorang petugas hubungan masyarakat harus menguasai dan mampu membuat tulisan yang menarik dan memiliki nilai berita bagi media. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa kemampuan dan kemahiran menulis dalam

kegiatan dan praktek *PR* menjadi hal yang sangat penting.

Press release biasaya menjadi satu cara yang diunakan oleh praktisi *PR* dalam menyampaikan informasi kepada publik organisasi melalui media (Prayudi, 2007). *Press release* merupakan salah satu produk tulisan *PR* yang paling banyak dan sering digunakan untuk menyampaikan informasi perusahaan ke khalayak. *Press release* bisa disampaikan, dipublikasikan dengan melalui media cetak seperti surat kabar dan majalah, atau media elektronik seperti radio, televisi dan internet.

Menurut G.A. Marken, *press release* digunakan sebagai mekanisme interpretatif dasar agar publik mngetahui apa yang dilakukan organisasi. Tidak ada cara menyampaian informasi tentang organisasi yang lebih baik, lebih jelas dan lebih persuasif dari pada *press release*. *Press release* merupakan cara utama yang penting

bagi perusahaan untuk menginformasikan segala sesuatu tentang perusahaan secara baik, jelas, dan mempersuasif publik demi lancarnya alur komunikasi yang berperan dalam tujuan perusahaan (Rakhmat, 2008)

Prayudi (2007) mengungkapkan “fenomena yang berkembang sekarang adalah lebih disukai *press release* yang sudah dalam bentuk *ready to publish* oleh institusi media, artinya *press release* yang dikirim sudah ditulis dalam format berita atau feature sehingga ketika dikirim ke editor media massa, pihak editor tidak perlu mengeditnya

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan menulis berita atau *press release* harus dimiliki oleh petugas hubungan masyarakat. *Press release* merupakan salah satu produk komunikasi tulisan PR yang paling sering digunakan untuk menjembatani komunikasi organisasi dengan publiknya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana karakteristik *press release* yang dibuat oleh humas pemda Depok, apakah telah memenuhi syarat-syarat penulisan *press release* yang baik

Pengertian *Press Release*

Press Release atau siaran pers menurut Soemirat dan Ardianto (2004) adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations (PR)* suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Lloyd (1993) mendefinisikan *press release* sebagai: suatu bentuk periklanan yang sangat kuat serta paling mudah dalam segala prosedur serta pendistribusiannya untuk mendapatkan perhatian publik.

Menurut Onggo (2004) *press release* dirancang untuk memberikan informasi kepada wartawan mengenai suatu produk atau acara khusus yang menyangkut suatu perusahaan atau produk yang dianggap patut diketahui oleh publik. Dengan kata lain *press release* merupakan suatu bentuk standar komunikasi perusahaan dengan media. Onggo juga mendefinisikan *press release* sebagai suatu yang bisa memberikan penampilan paling menarik dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan segala macam periklanan

Format, Teknik *Press release*

Struktur berita *press release* biasanya menggunakan piramida terbalik (Lloyd, 1993) pokok isi berita ada dibagian atas sedangkan berita-berita penunjang terdapat di paragraf selanjutnya.

Mappatoto (1993) menjelaskan bahwa struktur piramida terbalik dibuat dengan maksud agar pembaca segera mengetahui isi berita yang pokok (utama). Dengan demikian apabila pembaca sibuk dan tidak sempat membaca keseluruhan berita, ia sudah mengetahui inti dari berita

Penulisan dengan gaya piramida terbalik ini digunakan dengan alasan: Pertama, pembaca dikategorikan sebagai orang sibuk dan mempunyai waktu yang singkat untuk mendapatkan berita-berita yang faktual. Kedua, redaksi media massa harus memotong *Press Release* tersebut tanpa mengurangi isi pokoknya. Ketiga, redaksi tidak mempunyai cukup waktu untuk membaca keseluruhan *Press Release*. Sebelum redaksi memutuskan dibuang atau dipakai *release* tersebut, mereka harus tahu dengan cepat apa keseluruhan isi *release* itu (Soemirat, 2004).

Prayudi (2007) mengungkapkan agar *press release* dipertimbangkan oleh editor media massa, terdapat standarisasi format yang harus diperhatikan oleh praktisi PR dalam penyusunan format *press release*. Format tersebut adalah:

1. Menggunakan kertas putih ukuran 5 x 11 inci atau ukuran kuarto (A4)
2. Mencantumkan *Contact person*
3. Memberikan ruang dua spasi sebelum dan empat spasi setelah *headline*
4. Menggunakan *lead*
5. Menggunakan nomor halaman dan tambahkan kata “bersambung” jika terdiri lebih dari satu halaman
6. Jumlah maksimal *press release* adalah dua halaman
7. Menggunakan nomor halaman di bagian atas halaman
8. Menambahkan foto pada *press release*
9. Mengakhiri *press release* dengan *boilerplate*
10. Mengakhiri *press release* dengan tanda “###” untuk memberitahu editor media massa bahwa *press release* sudah berakhir dan tidak bersambung.

Teknik Praktis menulis *Press Release*

David Beckwith, *press secretary* wakil presiden amerika serikat (1992-2000) dan Quayle, mengatakan, “*press release are good disciplinary tool, because they encourage you to try to create the story you would like to see. If done clearly and simply, press release improve accuracy. It is bad to misquote a press release*”

Format penulisan *press release* yang sering dipakai (Kriyantono, 2008; 142-148) adalah;

1. Menentukan satu tema (key issue atau news value)
2. *Release* harus informatif
3. Menghindari pesan-pesan menjual
4. Paragraf singkat
5. Format jangan ditulis tangan
6. Identifikasi
7. Tanggal *release*
8. Waktu pengiriman
9. Pilih media pengiriman yang tepat
10. Memilih aksesori yang menarik
11. Mengundang media
12. Menulis *release* secara eksklusif
13. Memberi tanda akhir *release*
14. Menghindari kesalahan dalam pengetikan
15. Pertimbangan rumus tujuh unsur

Standar penulisan *release* yang biasa dianut editor media massa dalam bahasa inggris dikenal dengan *SOLAADS* yaitu:

1. *Subjek* (subjek), apa yang disampaikan penulis
2. *Organization* (organisasi), apa nama organisasi pembuat *release*
3. *Location* (lokasi), dimana alamat organisasi
4. *Advantage* (keunggulan), apa nilai subjek (news valuenya)
5. *Application* (penerapan), apa saja manfaatnya? Siapa yang dapat menggunakan manfaat itu?
6. *Details* (rincian), rincian *release* jika berupa produk, maka rincian tentang ukuran, kemasan, warna, harga dan sebagainya
7. *Source* (sumber) dimana produk bisa diperoleh

Artinya *press release* yang ditulis diupayakan mengandung berbagai informasi tentang tujuh unsur di atas

Tujuan Pembuatan *Press Release*

Tujuan dari pembuatan *press release* oleh suatu lembaga (Mappatoto, 1993), adalah sebagai berikut

1. Memberikan informasi resmi mengenai kegiatan, peristiwa yang terjadi, perkembangan baru, atau sikap organisasi kepada

media massa dan khalayak yang berkepentingan.

2. Memperkenalkan suatu produk, layanan, atau fasilitas baru.
3. Menyampaikan sikap resmi organisasi terhadap suatu peristiwa, kebijakan, dan lain-lain.
4. Menyampaikan ajakan suatu aksi.
5. Menyanggah atau membantah informasi yang diberikan pihak ketiga mengenai organisasi yang mengirimkan *release*.
6. Membantah atau meluruskan rumor yang tidak benar.
7. Membantah informasi yang tersiar secara resmi tetapi salah sama sekali.
8. Meluruskan informasi yang tersiar secara resmi tetapi mengandung kekeliruan atau ketidakjelasan.
9. Membuat publik agar tetap tahu akan keberadaan suatu institusi.
10. Meningkatkan citra dan kredibilitas organisasi.

Teknik Pendekatan Komunikasi dalam *Press Release*

PR sebagai *technique of communication* menurut Deddy Mulyana mempunyai empat pendekatan dalam prakteknya, yaitu

1. *Informative Communication* (komunikasi bersifat informasi)
Adalah suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal yang baru diketahuinya. Teknik ini berdampak kognitif, karena komunikasi hanya mengetahui saja. Pada teknik ini, komunikasi terjadi secara satu arah, pesannya bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakkan, serta komunikannya heterogen.
2. *Persuasive Communication* (komunikasi bersifat persuasif)
Komunikasi ini bertujuan untuk mengubah sikap dan pendapat atau perilaku komunikasi yang lebih menekankan pada sisi psikologis komunikasi. Penekanan ini untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku yang dilakukan dengan halus, luwes yang mengandung sifat manusiawi sehingga komunikasi sadar dan mau berubah secara sukarela, tanpa paksaan dan disertai dengan perasaan senang.
3. *Coercive or Instructive communication* (komunikasi bersifat perintah)

Adalah teknik komunikasi berupa perintah, ancaman, sanksi yang bersifat paksaan, sehingga orang yang menjadi sasaran komunikasi melakukan secara terpaksa. Biasanya teknik komunikasi seperti ini bersifat menakutkan atau menggambarkan resiko yang buruk.

4. *Human relations* (hubungan manusiawi)
Adalah komunikasi yang dilaksanakan dengan mempertimbangkan nilai-nilai kemanusiaan serta unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam.

Indikator Penelitian

Berdasarkan teori-teori, dan referensi-referensi mengenai siaran pers yang telah dijelaskan di atas, maka untuk melakukan penelitian mengenai karakteristik isi siaran pers ini, maka indikator yang akan diteliti untuk menganalisis siaran pers yang relevan pada penelitian ini adalah:

1. Ukuran *press release*, dilihat dalam bentuk paragraf dan kata.
2. Format *press release* mencakup *news release* dan *feature release*.

3. Tujuan atau motif pembuatan *press release*.
4. Teknik komunikasi; menyangkut bentuk pendekatan komunikasi yang digunakan oleh PR.
5. Kelengkapan *lead* yang mencakup elemen 5W + 1H.
6. Pemuatan foto, data, atau grafik.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian berupa uraian yang menggambarkan hasil analisa terhadap isi siaran pers Pemerintah Kota Depok yang dipublikasikan melalui website www.depok.go.id. ditinjau dari ukuran siaran pers, format siaran pers, tujuan / motif siaran pers, teknik komunikasi dalam siaran pers, kelengkapan unsur 5W = 1H dalam lead siaran pers, serta pencantuman data pendukung berupa foto, grafik, bagan, table, dan lain-lain.

Adapun hasil dari penelitian analisis isi yang telah dilakukan pada siaran pers Pemerintah Kota Depok yang telah dipublikasikan melalui website mereka pada periode januari hingga april 2015 adalah sebagai berikut:

No	Indikator Penelitian		Jan		Peb		Mar		Apr	
			F	%	F	%	F	%	F	%
1	Ukuran	Pendek	0	0	0	0	0	0	0	0
		Sedang	2	7.69	3	11.54	7	26.92	7	26.92
		Panjang	0	0	1	3.85	2	7.69	4	15.38
2	Format	News	1	3.85	3	11.54	7	26.92	7	26.92
		Feature	1	3.85	1	3.85	2	7.69	4	15.38
3	Tujuan	Informatif	1	3.85	1	3.85	3	11.54	4	15.38
		Pengumuman	0	0	1	3.85	1	3.85	1	3.85
		Tindak Lanjut	0	0	1	3.85	3	11.54	3	11.54
		Pencitraan	0	0	1	3.85	2	7.69	2	7.69
		Sikap	1	3.85	0	0	0	0	1	3.85
4	Teknik Komunikasi	Informatif	2	7.69	2	7.69	7	26.92	7	26.92
		Persuasif	0	0	1	3.85	1	3.85	2	7.69
		Coersif	0	0	0	0	0	0	1	3.85
		Human Relations	0	0	1	3.85	1	3.85	1	3.85
5	Kelengkapan Lead	Formal	0	0	0	0	2	7.69	1	3.85
		Informal	2	7.69	4	15.38	7	26.92	7	26.92
6	Data Pendukung	Ada data	2	7.69	2	7.69	6	23.08	5	19.23
		Tidak ada data	0	0	2	7.69	3	11.54	6	23.08

Berdasarkan data dari table hasil penelitian (di atas) mengenai isi siaran pers Pemerintah Kota Depok yang di publikasikan melalui website www.depok.go.id dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran siaran pers dapat dibuat pendek atau panjang disesuaikan dengan banyaknya informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak pembacanya. Hasil penelitian pada ukuran siaran pers Pemerintah kota Depok yang dibuat dan dipublikasikan pada periode

januari sampai dengan april 2015 adalah sebagai berikut bahwa ukuran, jumlah paragraf pada siaran pers yang dibuat oleh Humas Pemerintah Kota Depok sebagian besar berukuran sedang, yang terdiri dari 5 sampai tujuh paragraph disetiap siaran pers.

Dengan jumlah paragraph antara 5 sampai 7, siaran pers Humas Pemerintah Kota Depok mudah dan menarik untuk dibaca. Dengan jumlah lead ini juga cukup untuk menjelaskan, menyampaikan informasi, berita data kepada khalayak pembacanya.

2. Format penulisan, pembuatan siaran pers umumnya adalah dengan menggunakan format penulisan berita yang biasa digunakan di media massa (surat kabar). Siaran pers dapat dibuat dengan mengikuti format berita lurus (*straight news*) yang menekankan pada unsur aktualitas dengan menggunakan struktur piramida terbalik. Atau dengan menggunakan format penulisan berita feature yang lebih mementingkan unsur, sentuhan *human interest* dan tidak terikat pada struktur piramida terbalik. Hasil penelitian mengenai format penulisan siaran pers yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Depok adalah sebagai berikut Mayoritas dibuat dengan menggunakan format penulisan, bentuk berita *straight news*.
Format penulisan berita *straight news* dibuat dengan menggunakan struktur piramida terbalik. Bentuk berita *straight news* meletakkan hal-hal penting, tema berita di paragraph atas. Semakin kebawah (paragraph dibawahnya) semakin kurang penting. Bentuk berita seperti *straight news* dibuat dengan pertimbangan bahwa tidak semua orang memiliki waktu untuk membaca semua paragraph dalam berita. Dengan struktur piramida terbalik ini pembaca dapat mengetahui isi berita dengan membaca paragraph pertama yang isinya mengandung jawaban unsur pertanyaan 5W + 1 H. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pembuatan, penulisan siaran pers yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Depok dengan format penulisan *news* sudah tepat.
3. Setiap kegiatan komunikasi pasti memiliki motif dan tujuan hendak yang dicapai begitu pula dengan pembuatan siaran pers. Tujuan pembuatan siaran pers yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Depok dapat

dikelompokkan menjadi lima, yaitu; memberikan informasi, pengumuman, sebagai tindak lanjut, membangun citra / image, dan sebagai pernyataan sikap mengenai suatu masalah.

Berdasarkan data pada table di atas mengenai tujuan, motif penulisan siaran pers terlihat bahwa sebagian besar tujuan dari penulisan, siaran pers oleh Humas Pemerintah Kota Depok adalah bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai aktivitas, peristiwa yang ada di lingkungan Pemerintah Kota Depok.

4. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan oleh humas dalam menyampaikan pesan kepada publiknya. Teknik komunikasi yang dapat digunakan antara lain; *informative*, *persuasive*, *koersif* dan *human relations*.

Table di atas menunjukkan bahwa teknik komunikasi yang digunakan dalam siaran pers Humas Pemerintah Kota Depok sebagian besar adalah informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan dari suatu siaran pers yaitu untuk menyampaikan informasi dari humas kepada public atau khalayaknya.

5. Lead merupakan salah satu unsur penting dalam pembuatan berita, siaran pers. Unsur-unsur yang terkandung dalam suatu siaran pers adalah dapat menjawab lima pertanyaan what, where, when, why, who dan how yang dikenal dengan istilah 5W + 1 H.

Lead dalam suatu berita, siaran pers dapat mengandung semua unsur tersebut. *Lead* jenis ini dikenal dengan lead lengkap atau formal dan hanya mengandung kurang dari lima unsur (pertanyaan) yang dikenal dengan nama lead informal.

Data dari table di atas menunjukkan bahwa sebagian besar *lead* yang digunakan dalam siaran pers Humas Pemerintah Kota Depok adalah lead informal, yaitu lead yang menjawab kurang dari lima unsur dari unsur 5W + 1H. Hal ini disebabkan karena untuk memenuhi unsur 5W + 1H akan mengakibatkan jumlah baris pada lead cukup panjang.

Unsur yang jarang digunakan dalam *lead* adalah unsur *how* dan *why*. Untuk menjawab, menjelaskan unsur *how* dan *why* ini memerlukan banyak penjelasan, sehingga jumlah halaman, paragraph menjadi panjang. Jika isi siaran pers terlalu panjang akan menyebabkan pembaca kurang tertarik untuk

membaca dan isi pesan siaran pers sulit untuk dipahami. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemilihan unsur lead informal dalam siaran pers Humas Pemerintah Kota Depok sudah tepat.

6. Suatu berita, siaran pers akan lebih dapat dipercaya bila disertai dengan data pendukung. Pemuatan data pendukung ini sesuai dengan salah satu prinsip berita yaitu akurasi. Data pendukung ini dapat berupa foto, grafik, gambar, table dan sebagainya. Dari table di atas terlihat siaran pers Pemerintah Kota Depok sebagian besar menggunakan, mencantumkan data pendukung. Dengan adanya data pendukung ini maka isi siaran pers relatif menjadi lebih akurat dan menarik. Karena dengan adanya gambar dan foto juga menjadi selingan dan hiasan dari isi siaran pers sehingga terlihat lebih menarik.

Kesimpulan dan Saran

Dari hasil penelitian mengenai isi siaran pers yang dibuat oleh Humas Pemerintah Kota Depok dan dipublikasikan melalui website www.depok.go.id dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran siaran pers Humas Pemerintah Kota Depok berukuran 5 sampai 7 paragraph sudah cukup untuk menjelaskan, menyampaikan informasi kepada publiknya. Ukuran paragraph ini juga membuat penampilan siaran pers cukup ringkas, padat dan berisi.
2. Format penulisan siaran pers Humas Pemerintah Kota Depok lebih dominan menggunakan format berita. Format ini menggunakan struktur piramida terbalik. Dengan menggunakan format ini pembaca lebih mudah memahami isi berita. Jika mereka tidak memiliki waktu mereka cukup membaca lead untuk bisa mengetahui gambaran berita secara keseluruhan.
3. Tujuan dari pembuatan dan penyampaian siaran pers adalah bersifat informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan pembuatan siaran pers umumnya yaitu sebagai media komunikasi, informasi dari instansi, organisasi kepada publiknya.
4. Lead yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Depok dalam siaran persnya sebagian besar berupa lead informal. Hal ini disebabkan karena untuk

menjawab, menjelaskan unsur 5W + 1H dalam satu paragraph cukup sulit.

Biasanya jawaban mengenai pertanyaan *why* dan *how* ada pada paragraph berikutnya

5. Siaran pers yang dibuat oleh Humas Pemerintah Kota Depok banyak yang mencantumkan data pendukung berupa foto dan gambar. Penggunaan foto dan gambar ini membuat tampilan siaran pers menjadi lebih menarik dan memperkuat tingkat akurasi berita.
6. Dalam siaran pers Pemerintah Kota Depok tidak mencantumkan kontak person. Sehingga untuk mencari informasi, data lebih lanjut pembaca menjadi lebih sulit. Hal ini dengan pertimbangan bahwa siaran pers adalah produk humas, maka pembaca dapat menghubungi pihak humas untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.

Saran

1. Dalam siaran pers akan lebih baik mencantumkan kontak person untuk mencari informasi lebih lanjut untuk memudahkan pembaca jika ingin mencari informasi, data lebih rinci mengenai berita di siaran pers yang mereka baca
2. Humas Pemerintah Kota Depok sebaiknya juga menyiapkan, menyediakan data pendukung (*back ground*) dari berita, informasi yang disampaikan. Dengan adanya back ground informasi, data siaran pers menjadi lebih akurat.

Daftar Pustaka

- Bivins, Thomas (1991), *Handbook for Public Relations Writing*, (2nd Ed). Lincolnwood: NTB Business Book
- Dwi Hartanti, Anggraeni. (2007). Penggunaan teknik komunikasi pada *press release bakrie Telecom* (Analisis Isi pada website www.bakrietelecom.com Edisi Januari-Juni 2006). *Skripsi* [tidak dipublikasikan]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Grunig, E. James. (1994). *Management*, Hilsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publisher
- Krippendorff, Klaus. (2003). *Content Analysis: Introduction to its Theory and Methodology*, (Edisi Bahasa Indonesia, Analisis Isi:

Pengantar Teori dan Metodologi), Alih Bahasa: Farid Wajidi, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kriyantono, rakhmat. (2008). *Public Relations writing Media Public Relations mmbangun citra corporat*. Jakarta: Kencana Prenada Group.

Mappatoto, Andi B. (1993). *Siaran Pers Suatu Kiat Penulisan*. Jakarta: Gramedia

Mulyana, Deddy. (2002). *Human Communications: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Onggo, Julius. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo

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

Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2004). *Dasar-dasar Public Relations*, (Cetakan Ketiga). Bandung: Remaja Rosdakarya.