



**PROSEDUR DAN ALUR PENULISAN PRESS RELEASE
PADA BAGIAN HUBUNGAN MASYARAKAT
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA
STIKOM SURABAYA**



UNIVERSITAS
Dinamika

DIII Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan

Oleh:

RIZAL SUHARTONO

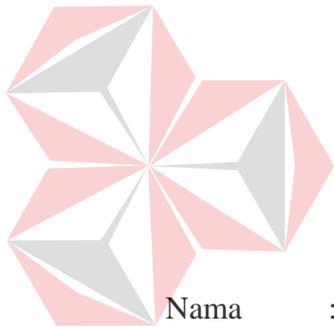
12390150005

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2015**

**PROSEDUR DAN ALUR PENULISAN PRESS RELEASE
PADA BAGIAN HUBUNGAN MASYARAKAT
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA
STIKOM SURABAYA**

WORKSHOP

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh
Proyek Akhir



UNIVERSITAS
Dinamika
Oleh:

Nama : RIZAL SUHARTONO

NIM : 12.39015.0005

Program : DIII (Diploma Tiga)

Jurusan : Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2015

**PROSEDUR DAN ALUR PENULISAN PRESS RELEASE
PADA BAGIAN HUBUNGAN MASYARAKAT
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA
STIKOM SURABAYA**

dipersiapkan dan disusun oleh

Rizal Suhartono

NIM : 12.39015.0005

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji
Pada : 16 Januari 2015

Susunan Dewan Pembimbing & Penguji

Pembimbing

I. **Titik Lusiani, M.Kom., OCP** _____
NIDN. 0714077401

II. **Sugiharto Adhi Cahyono, AP.** _____
NIK. 020396

Penguji

I. **Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., MOS** _____
NIDN. 0722047801

II. **Titik Lusiani, M.Kom., OCP** _____
NIDN. 0714077401

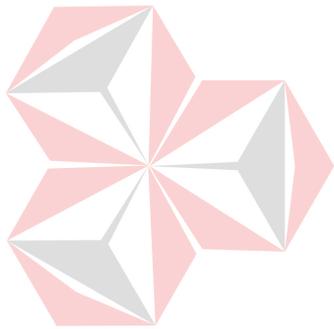
III. **Marya Mujayana, S.S., M.M.** _____
NIDN. 0727038201

Workshop ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
menempuh Proyek Akhir

Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., MOS

**Kepala Program Studi DIII Komputerisasi Perkantoran dan
Keseekretarian**

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA



"Support, Pray and Trying

intention of learning is an important element
for success in the future"

-Rizal Subartono-

ABSTRAK

Penulisan merupakan kegiatan untuk menyampaikan berita dan informasi kepada khalayak pada bagian Hubungan Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Penulisan yang dilakukan bagian tersebut berupa penulisan yang tepat dan benar dalam tata cara untuk alur kalimat pembuatan *Press Release*. Penulisan ini nantinya agar dapat dimengerti dan dipahami oleh semua orang/publik yang membaca. Kendala tersebut dapat berupa kurangnya makna penulisan dari penataan kalimat yang akan disampaikan di website maupun secara langsung. Hal tersebut dapat disebabkan oleh banyak hal seperti titik dan koma selalu diperhatikan dengan adanya tata cara. Tata cara penulisan ini bagi pembaca, karena selalu mengikuti alur penulisan. Untuk menyelesaikan masalah tersebut memperbanyak referensi melalui membaca buku, artikel untuk mempermudah mencari sebuah informasi/ ide dalam penulisan berita. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah mengetahui dan mampu mempelajari tata cara serta alur penulisan pada bagian Hubungan Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Kata kunci: Tata Cara, Alur, Press Release

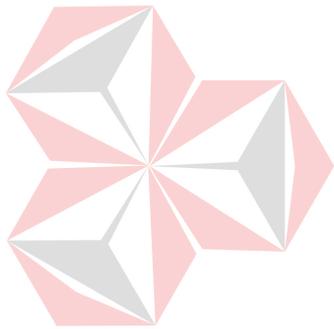


UNIVERSITAS
Dinamika

ABSTRACT

Writing is an activity to deliver news and information to the public at the Public Relations Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. The section of writing is done in the form of writing in a proper and correct procedures for making of flow sentence Press Release. This writing later in order to be understood by all people/ public reading. These constraints may be the lack of significance of writing phrasing that will be submitted on the website or in person. This can be caused by many things such as point and coma always observed in the presence of procedures. This syntax is very important for the reader, as always follow the flow of writing. To resolve these problems multiply references through reading books, articles to facilitate the search for an information / ideas in news writing. The results obtained from this research is to know and are able to learn the procedures and the groove of writing in the Public Relations Institute of Business and Informatics Stikom Surabaya.

Keywords: Procedure, Groove, Press Release



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan nikmat yang telah dilimpahkan kepada kami dengan terselesainya laporan *Workshop* ini, yang telah disusun dengan baik merupakan persyaratan untuk mengikuti Proyek Akhir Program Studi Diploma III Komputerisasi Perkantoran Dan Kesekretariatan. Kami mengharapkan kepada pembaca, agar pembaca dapat mengetahui mengenai pentingnya suatu *Prosedur* dan alur penulisan *Press Release*. Pada Bagian Hubungan Masyarakat, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Laporan ini penulis susun berdasarkan hasil tugas *Workshop* pada bagian Hubungan Masyarakat, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yang dilaksanakan dari tanggal 01 Juli 2014 sampai dengan 03 September 2014. Dalam penyusunan laporan *Workshop* ini, penulis dibantu oleh berbagai pihak yang berkontribusi dalam proses pengumpulan data. Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan *Workshop* ini, diantaranya:

1. Keluarga khususnya mama, yang telah melahirkan dan merawat saya dari kecil hingga menjadi manusia dewasa serta memberikan do'a, motivasi, materi dan fasilitas untuk menunjang proses belajar.
2. Ibu Titik Lusiani, M.Kom., OCP sebagai pembimbing dalam pelaksanaan dan pembuatan laporan *Workshop*.
3. Bapak Sugiharto Adhi Cahyono, AP. sebagai Kepala Bagian dan Penanggung Jawab di bagian Hubungan Masyarakat, Institut Bisnis dan Informatika

Stikom Surabaya yang mengizinkan penulis untuk melaksanakan *Workshop* serta sebagai pembimbing penulis saat melaksanakan *Workshop*.

4. Ibu Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., MOS sebagai Kepala Program Studi DIII Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan yang telah memberikan ijin *Workshop*.
5. Indra Satria Ebrianda sebagai sahabat penulis yang membantu dalam kesempurnaan penggunaan bahasa pada laporan *Workshop* ini.
6. Semua teman-teman seperjuangan Program Studi DIII Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan 2012; Niken, Selvy, Henny, Rizkaa, Bella, Aryan, Indra, Mega, Firman, Dini yang saling memberi dukungan dan semangat untuk menuju keutamaan *Wisuda* bersama.
7. Semua pihak yang telah membantu terlaksananya penulisan laporan *Workshop* ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah berkenan memberikan waktunya untuk membimbing penulis, sehingga penulis dapat mendapatkan tambahan ilmu dan informasi.

Besar harapan penulis agar laporan ini bisa dimanfaatkan untuk pembaca sebagai tambahan ilmu dalam mempelajari sebagaimana *Workshop* dan cara penulisan laporannya.

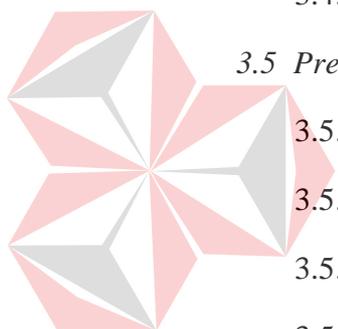
Surabaya, Januari 2015

Penulis

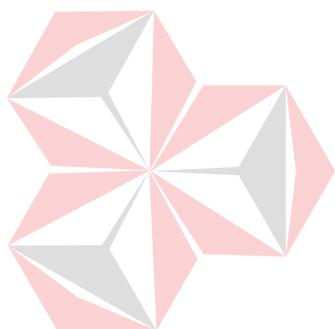
DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Sistematika Penulisan	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Gambaran Umum STMIK STIKOM Surabaya	5
2.1.1 Sejarah	5
2.1.2 Visi dan Misi	8
2.1.3 Komitmen	9
2.1.4 Logo Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya	9
2.1.5 Struktur Organisasi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya	10
2.1.6 Departemen/ Unit	10
2.2 Gambaran Umum Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya	13

2.2.1 Sejarah Singkat Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya	13
2.2.2 Tugas dan Tanggung Jawab Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya	14
2.2.3 Lokasi, Tempat dan Waktu terlaksananya <i>Workshop</i>	15
BAB III LANDASAN TEORI	17
3.1 Penulisan.....	17
3.1.1 Penulisan <i>News Release</i>	17
3.2 Prinsip-prinsip dalam Penulisan	18
3.3 Ciri-Ciri Penulisan.....	21
3.4 Berita	21
3.4.1 Pengertian Berita.....	21
3.5 <i>Press Release</i>	22
3.5.1 Jenis <i>Press Release</i>	25
3.5.2 Tujuan <i>Press Release</i>	26
3.5.3 Unsur-Unsur <i>Press Release</i>	27
3.5.4 Topik <i>Press Release</i>	28
3.5.5 Cara Membuat <i>Press Release</i>	29
3.6 Wawancara	30
3.6.1 Pengertian Wawancara/ <i>Interview</i>	30
3.6.2 Tahap-tahap Wawancara.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Metode Pelaksanaan	33
4.2 Metode Penulisan	34
4.3 Hasil dan Pembahasan	34
4.3.1 Pelayanan Internal.....	36
4.3.2 Dokumentasi Acara.....	36



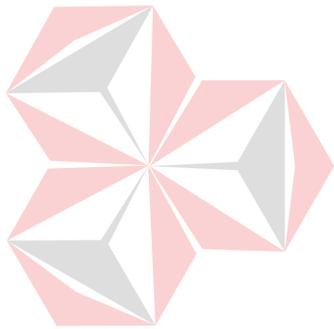
4.3.3 Pembuatan <i>Press Release</i>	38
4.3.4 Membuat pertanyaan tentang topik yang diangkat	41
4.3.5 Persiapkan alat penunjang untuk wawancara	45
BAB V PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Sejarah STMIK STIKOM Surabaya	7
Tabel 4.1 Daftar Kegiatan selama Workshop.....	33



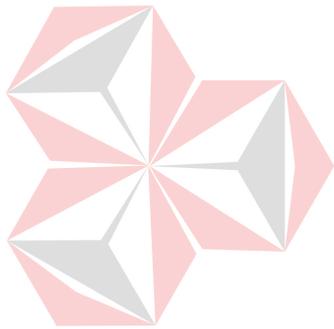
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.....	10
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	12
Gambar 2.3 Denah Ruang Humas Tampak Atas	15
Gambar 2.4 Denah Ruang Humas Tampak Dalam.....	16
Gambar 3.1 Struktur Piramida Terbalik.....	24
Gambar 4.1 Kegiatan Visitasi dari Dikti (Tampak Belakang Pojok Kanan)	36
Gambar 4.2 Kegiatan Visitasi dari Dikti (Tampak Belakang).....	37
Gambar 4.3 Kegiatan Visitasi dari Dikti (Tampak Samping).....	37
Gambar 4.4 Kegiatan Rapat Visitasi dari Dikti (Tampak Samping)	38
Gambar 4.5 <i>Work Flow</i> pembuatan <i>Press Release</i>	39
Gambar 4.6 Pertanyaan mengenai topik "PKM-M"	41
Gambar 4.7 Hasil PKM-M telah dibuat <i>Press Release</i>	42
Gambar 4.8 Pertanyaan mengenai topik "LUG STIKOM"	43
Gambar 4.9 Hasil LUG STIKOM telah dibuat <i>Press Release</i>	44
Gambar 4.10 Pena	45
Gambar 4.11 Buku Catatan	45
Gambar 4.12 Tape Recorder	46
Gambar 4.13 Kamera Digital	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Foto Ruangan.....	49
Lampiran 2. Daftar Hadir Workshop	50



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penulisan yang baik, tak lepas dari kreatif pemikiran disaat menuliskan sesuatu. Pentingnya *Prosedur* dan alur penulisan *Press Release* yang diterapkan di bagian Hubungan Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya adalah agar setiap penulisan yang nanti akan dipublikasikan ke media, harus memiliki struktur dan sistematis tertentu.

Humas memiliki kendala yaitu kesulitan dalam menerapkan *Prosedur* serta alur penulisan *Press Release* yang benar, dimana ada tahap wawancara yang mengharuskan penggunaan komunikasi yang baik serta penulisan yang benar ketika menggali pengetahuan dari narasumber.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diterapkan *Prosedur* dan alur penulisan pada bagian Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dalam pembuatan *Press Release*. *Press Release* ini agar lebih bisa dipahami dan dimengerti oleh khalayak masyarakat.

Dengan penerapan *Press Release*, maka *Prosedur* dan alur penulisan dapat lebih mempermudah dalam membaca penulisan *Press Release* dengan menggunakan *Prosedur* dan alur tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana menerapkan *Prosedur* serta alur penulisan *Press Release* dalam memberikan citra baik Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada *Workshop* ini, adalah sebagai berikut:

- a. *Prosedur* dan alur penulisan *Press Release* Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- b. Pembuatan *Press Release* untuk memberikan citra baik Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

1.4 Tujuan

Tujuan dari *Workshop* ini yaitu mengetahui serta mampu memahami *Prosedur* serta alur penulisan *Press Release* yang baik dalam penerapan pada bagian Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang permasalahan dalam penulisan penelitian yang ada pada bagian Humas, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Membahas tentang gambaran umum Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, visi dan misi, yang meliputi sejarah dan struktur organisasi, serta gambaran umum tempat pelaksanaan *Workshop*, yaitu bagian Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Studi yang meliputi lokasi dan tempat *Workshop*, serta fungsi dan tugas yang harus dilakukan.

BAB III LANDASAN TEORI

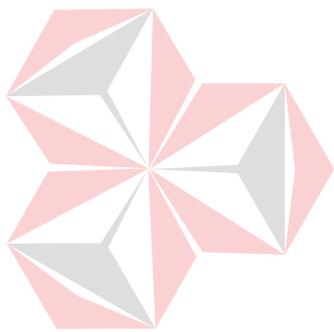
Membahas tentang landasan teori yang digunakan sebagai penunjang dan pendukung dalam menyelesaikan tugas selama *Workshop* hingga menyelesaikan laporan *Workshop*. Adapun beberapa landasan teori yang dibahas yaitu, mengenai definisi serta rincian penulisan, berita, *Press Release* dan wawancara/ *Interview*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan membahas tentang uraian tugas-tugas yang dikerjakan selama *Workshop*, masalah dan alternatif pemecahan masalah yang dihadapi dan juga berisi hasil-hasil *Workshop* serta pembahasannya yang dikerjakan selama melakukan *Workshop* secara detail pada *Prosedur* dan alur penulisan *Press Release* pada bagian Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

BAB V PENUTUP

Membahas tentang kesimpulan dari kegiatan yang dilakukan pada bagian Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya serta saran dari penulis kepada bagian yang dibahas dan menjadi solusi agar dapat dikembangkan dengan lebih baik dan diharapkan pula dapat bermanfaat bagi pembaca.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum STMIK STIKOM Surabaya

2.1.1 Sejarah

Di tengah kesibukan derap Pembangunan Nasional, kedudukan informasi semakin penting. Hasil suatu pembangunan sangat ditentukan oleh materi informasi yang dimiliki oleh suatu negara. Kemajuan yang dicitakan oleh suatu pembangunan akan lebih mudah dicapai dengan kelengkapan informasi. Cepat atau lambatnya laju pembangunan ditentukan pula oleh kecepatan memperoleh informasi dan kecepatan menginformasikan kembali kepada yang berwenang.

Kemajuan teknologi telah memberikan jawaban akan kebutuhan informasi, komputer yang semakin canggih memungkinkan untuk memperoleh informasi secara cepat, tepat dan akurat. Hasil informasi canggih ini telah mulai menyentuh kehidupan kita. Penggunaan dan pemanfaatan komputer secara optimal dapat memacu laju pembangunan. Kesadaran tentang hal inilah yang menuntut pengadaan tenaga-tenaga ahli yang terampil untuk mengelola informasi, dan pendidikan adalah salah satu cara yang harus ditempuh untuk memenuhi kebutuhan tenaga tersebut.

Atas dasar pemikiran inilah maka untuk pertama kalinya di wilayah Jawa Timur dibuka Pendidikan Tinggi Komputer, Akademi Komputer & Informatika Surabaya (AKIS) pada tanggal 30 April 1983 oleh Yayasan Putra Bhakti.

Ini ditetapkan berdasar Surat Keputusan Yayasan Putra Bhakti No. 01/KPT/PB/III/1983. Tokoh pendirinya adalah sebagai berikut:

1. Laksda. TNI (Purn) Mardiono
2. Ir. Andrian A. T
3. Ir. Handoko Anindyo
4. Dra. Suzana Surojo
5. Dra. Rosy Merianti, Ak

Berdasarkan rapat BKLPTS yang diadakan pada tanggal 2-3 Maret 1984, kepanjangan AKIS diubah menjadi Akademi Manajemen Informatika & Komputer Surabaya yang bertempat di jalan Ketintang Baru XIV/2 Surabaya. Tanggal 10 Maret 1984 memperoleh Ijin Operasional penyelenggaraan program Diploma III Manajemen Informatika dengan surat keputusan nomor: 061/Q/1984 dari Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (Dikti) melalui Koordinator Kopertis Wilayah VII. Kemudian pada tanggal 19 Juni 1984 AKIS memperoleh status TERDAFTAR berdasar surat keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (Dikti) nomor: 0274/O/1984 dan kepanjangan AKIS berubah lagi menjadi Akademi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya. Berdasar SK Dirjen DIKTI nomor: 45/DIKTI/KEP/1992, status DIII Manajemen Informatika dapat ditingkatkan menjadi DIAKUI.

Waktu berlalu terus, kebutuhan akan informasi juga terus meningkat. Untuk menjawab kebutuhan tersebut AKIS ditingkatkan menjadi Sekolah Tinggi dengan membuka program studi Strata 1 dan Diploma III jurusan Manajemen Informatika. Pada tanggal 20 Maret 1986 nama AKIS berubah menjadi STMIK

STIKOM SURABAYA, singkatan dari Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya berdasarkan Surat Keputusan Yayasan Putra Bhakti nomor: 07/KPT/PB/03/86, yang selanjutnya memperoleh STATUS TERDAFTAR pada tanggal 25 Nopember 1986 berdasarkan Keputusan Mendikbud nomor: 0824/O/1986 dengan menyelenggarakan pendidikan S1 dan DIII Manajemen Informatika. Di samping itu STMIK STIKOM SURABAYA juga melakukan pembangunan gedung Kampus baru di jalan Kutisari 66 yang saat ini menjadi Kampus II STMIK STIKOM SURABAYA. Peresmian gedung tersebut dilakukan pada tanggal 11 Desember 1987 oleh Gubernur Jawa Timur, Bapak Wahono pada saat itu. Sejarah singkat tentang STMIK STIKOM Surabaya.

Dapat dilihat pada Tabel 2.1

Tabel 2.1 Sejarah STMIK STIKOM Surabaya

No.	Tanggal	Kejadian/Peristiwa
1.	19 Juni 1984	AKIS membuka program DIII Manajemen Informatika
2.	20 Maret 1986	AKIS membuka program S1 Manajemen Informatika
3.	30 Maret 1986	AKIS ditingkatkan menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya (STMIK STIKOM SURABAYA)
4.	1990	Membuka bidang studi DI Program Studi Komputer Keuangan / Perbankan
5.	01 Januari 1992	Membuka Program S1 jurusan Teknik Komputer. Pada 13 Agustus 2003, Program Studi Strata 1 Teknik Komputer berubah nama menjadi Program Studi Strata 1 Sistem Komputer.
6.	01 November 1994	Membuka program studi DI Komputer Grafik Multimedia

No.	Tanggal	Kejadian/Peristiwa
7.	Mei 1998	STMIK STIKOM SURABAYA membuka tiga program pendidikan baru sekaligus, yaitu: 1. (DII Komputer Grafis Cetak) 2. (DIII) Komputer Sekertaris & Perkantoran Modern. 3. DI Jaringan Komputer
8.	Juni 1999	1. Pemisahan program studi DI Grafik Multimedia menjadi program studi DI Grafik dan program studi DI Multimedia 2. Perubahan program studi DII Grafik Multimedia menjadi program studi DII Multimedia.
9.	02 September 2003	Membuka Program Studi DIII Komputer Percetakan & Kemasan (Program Studi DIII Komputer Grafis dan Cetak).
10.	03 Maret 2005	Membuka Program Studi Diploma III Komputer Akuntansi.
11.	20 April 2006	Membuka bidang studi DIV Program Studi Komputer Multimedia.
12.	08 Nopember 2007	Membuka program studi S1 Desain Komunikasi Visual
13.	2009	Membuka program studi S1 Sistem Informasi dengan Kekhususan Komputer Akuntansi

2.1.2 Visi dan Misi

Visi dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya adalah menjadi perguruan tinggi yang berkualitas, unggul, dan terkenal. Sedangkan, Misi dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, sebagai berikut:

1. Mengembangkan ipteks sesuai dengan kompetensi.
2. Membentuk SDM yang profesional, unggul dan berkompetensi.
3. Menciptakan corporate yang sehat dan produktif.
4. Meningkatkan kepedulian sosial terhadap kehidupan bermasyarakat.
5. Menciptakan lingkungan hidup yang sehat dan produktif.

2.1.3 Komitmen

Komitmen dalam menjaga nama baik serta mengembangkan lingkungan yang dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, adalah:

- a. Menghasilkan pengembangan dan karya inovatif ipteks sesuai bidang kajian dan kompetensi.
- b. Menghasilkan lulusan yang berdaya saing tinggi, mandiri, dan profesional.
- c. Meningkatkan kualifikasi dan kompetensi Sumber Daya Manusia.
- d. Menjadi lembaga pendidikan tinggi yang sehat, bermutu dan produktif.
- e. Meningkatkan kerjasama dan pencitraan.
- f. Meningkatkan pemberdayaan ipteks bagi masyarakat.
- g. Memperluas akses pendidikan bagi masyarakat.
- h. Menciptakan lingkungan hidup yang sehat dan produktif.

2.1.4 Logo Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Logo yang berawal STMIK STIKOM Surabaya, telah dirubah menjadi logo terbaru yang secara resmi di launching untuk Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Saat ini logo terbaru dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Logo Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
(<http://www.stikom.edu/id/logo-stikom-baru>)

2.1.5 Struktur Organisasi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya adalah sebuah organisasi yang berada di bawah naungan Yayasan Putra Bhakti. Pelaksanaan organisasi di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dipimpin oleh Ketua Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Ketua Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya sendiri di bantu oleh 3 orang Pembantu Ketua, dimana masing-masing Pembantu Ketua bertanggung jawab terhadap bidang yang ada dibawahnya, antara lain:

- a. Pembantu Ketua I (Bidang Akademik),
- b. Pembantu Kedua II (Bidang Sumber Daya),
- c. Pembantu Ketua III (Bidang Kemahasiswaan dan Alumni).

2.1.6 Departemen/ Unit

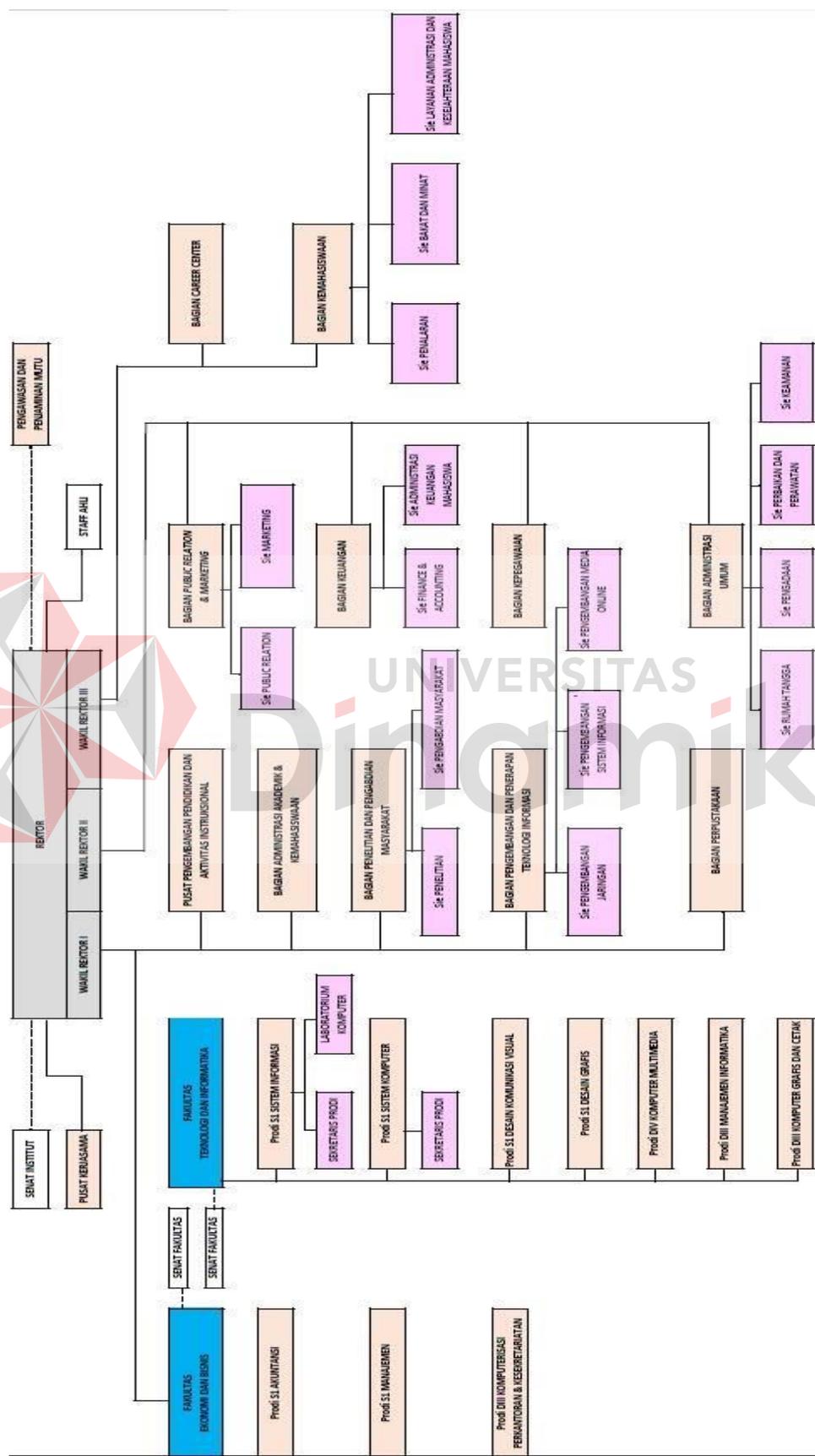
Dalam operasionalnya Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dibagi menjadi beberapa departemen. Masing-masing departemen akan bertanggungjawab terhadap spesifikasi pekerjaan tertentu. Dengan demikian

diharapkan kinerja seluruh karyawan dapat optimal. Departemen tersebut meliputi:

- a. PSDM (Pengembangan Sumber Daya Manusia)
- b. AAK (Administrasi Akademik & Kemahasiswaan)
- c. AU (Administrasi Umum)
- d. Hubungan Antar Instansi
- e. Kemahasiswaan
- f. Keuangan
- g. Penerimaan Mahasiswa Baru (Penmaru)
- h. Pengembangan & Penerapan TI
- i. Pengembangan Media *Online*
- j. Pusat Penjaminan Mutu
- k. Pusat Pengabdian Masyarakat
- l. Laboratorium Komputer
- m. Hubungan Masyarakat
- n. Perpustakaan
- o. SSI (Solusi Sistem Informasi)
- p. Staf Ahli
- q. Sekretaris Lembaga
- r. STIKOM *Career Center* & Alumni

Struktur Organisasi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Dapat dilihat pada Gambar 2.2



Gambar 2.2 Struktur Organisasi
 (<http://www.stikom.edu/id/organization-structure>)

2.2 Gambaran Umum Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Awalnya bagian Humas berada di Lantai 2, Gedung Merah Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Tepatnya berada dibelakang AKK dan bersebelahan dengan Admin Prodi. Saat ini bagian Humas bertempat di sebelah ruang bagian Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPM) di Lantai 2, Gedung Biru. Ruang baru bagian Hubungan Masyarakat tersebut memiliki ruang gerak yang cukup luas sehingga memudahkan, dalam mengerjakan suatu pekerjaan dengan baik ditambah dengan tersedianya berbagai fasilitas penunjang diantaranya 1 (satu) buah pendingin ruangan (AC), 3 (tiga) buah komputer, 2 (dua) buah printer, 1 (satu) scanner, 1 (satu) telepon dan fasilitas penunjang lainnya.

2.2.1 Sejarah Singkat Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Bagian Humas atau Hubungan Masyarakat merupakan salah satu bagian terpenting di organisasi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Semua informasi tentang Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dikelola dibagian ini. Hubungan Masyarakat merupakan bagian yang menangani pencitraan Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya demi mendukung *eksistensi* kampus di wilayah Jawa Timur pada umumnya dan wilayah Surabaya pada khususnya.

Bagian Humas ada sejak Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya berdiri, yaitu tahun 1983. Bagian Humas ini telah terorganisir dengan baik hingga sekarang dan selalu memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan dan pertumbuhan Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya di mata masyarakat.

2.2.2 Tugas dan Tanggung Jawab Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

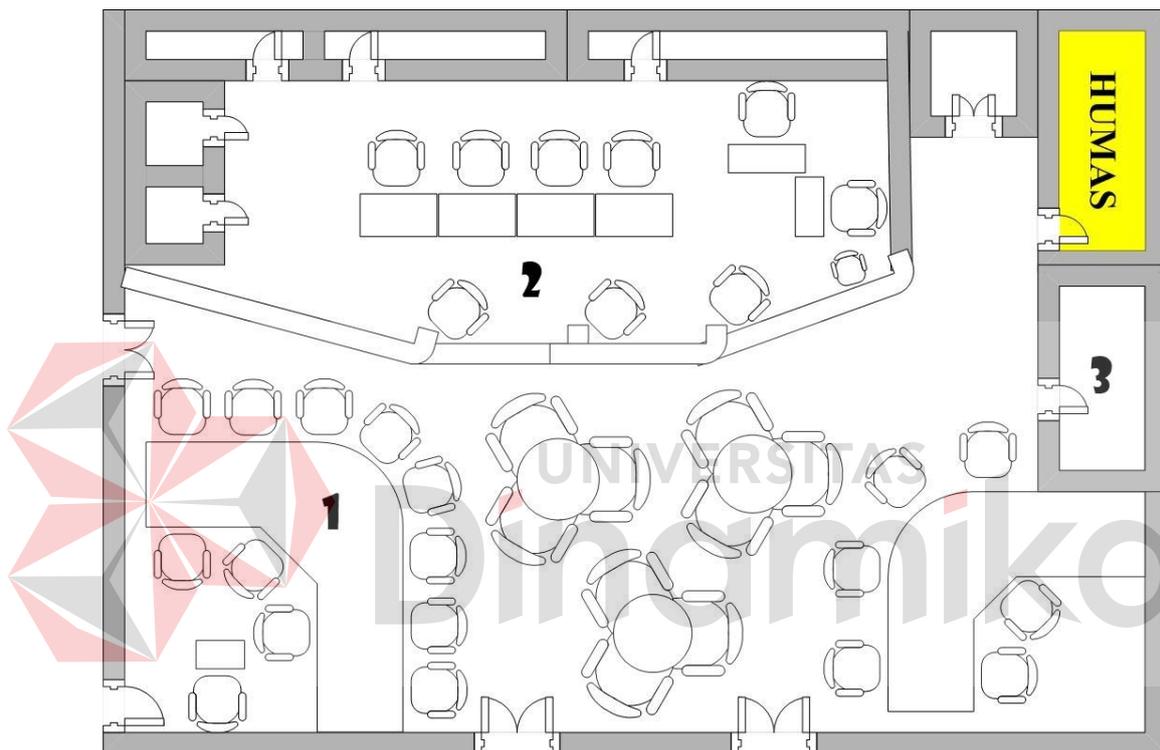
Tugas dan tanggung jawab Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya adalah sebagaimana melakukan rutinitas dalam pekerjaan yang harus dilakukan oleh pihak Humas, antara lain:

- a. Mempublikasikan baik kedalam atau keluar dengan melalui 3 (tiga) jenis media yang dimiliki oleh Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yaitu SSNews, ITTV, dan Website resmi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, diantaranya:
 1. Kegiatan yang diadakan oleh Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
 2. Kebijakan yang diberlakukan oleh Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
 3. Keunggulan Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
 4. Prestasi yang diraih oleh Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- b. Memberi spirit dan motivasi bagi Civitas Akademika.
- c. Membina relasinya yaitu dengan Mas Media, Pemerintah, Sekolah dan Organisasi.

2.2.3 Lokasi, Tempat dan Waktu terlaksananya *Workshop*

Lokasi dan Tempat:

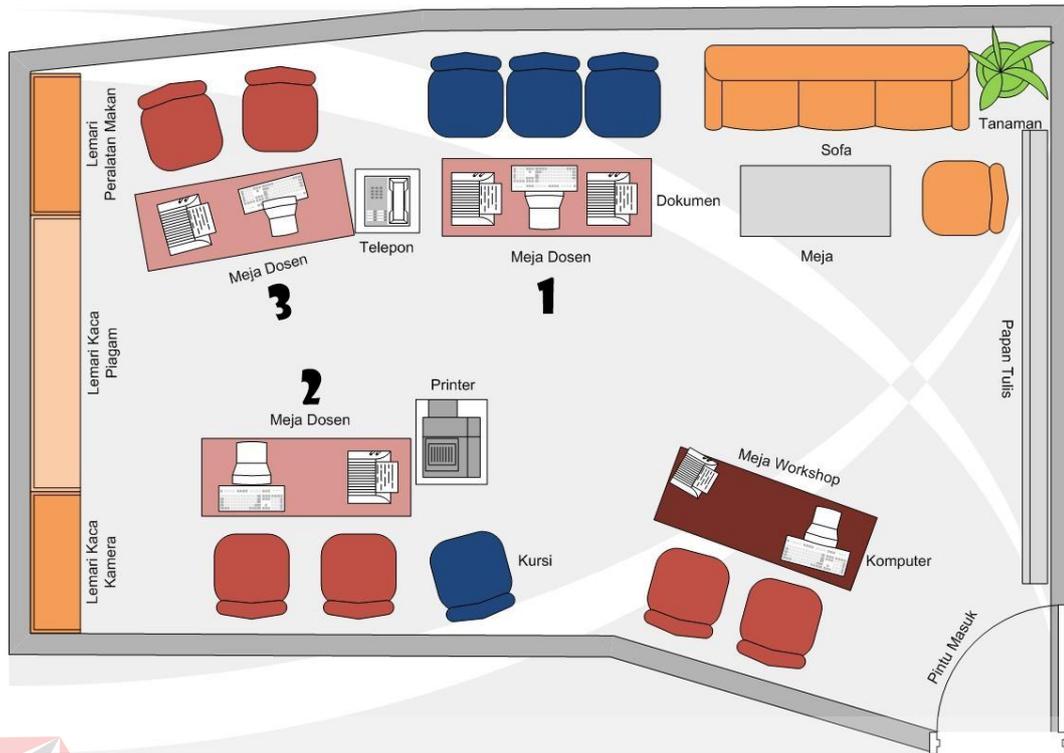
Bagian Humas berada di Lantai 2, Gedung Biru Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yang terletak di Jalan Raya Kedung Baruk 98 Surabaya. Dapat dilihat pada Gambar 2.3 sampai dengan Gambar 2.4



Gambar 2.3 Denah Ruang Humas Tampak Atas

Keterangan:

1. Bagian Penmaru (Penerimaan Mahasiswa Baru)
2. Bagian AU (Administrasi Umum)
3. Bagian PPM (Penelitian dan Pengabdian Masyarakat)



Gambar 2.4 Denah Ruang Humas Tampak Dalam

Keterangan:

1. Bagian Kepala Humas (Sugiharto Adhi Cahyono, AP.)
2. Bagian Staff Humas I (Joshua Prasthieka, SST)
3. Bagian Staff Humas II (Abigail)

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Penulisan

Penulisan yang dianjurkan dalam Keputusan Dikti No. 49/DIKTI/Kep/2011, Menurut (Hakim, 2012) artikel sebaiknya tidak dibuat dengan bentuk pembaban seperti penulisan skripsi yang mencantumkan kerangka teori, pernyataan masalah, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka dan sejenisnya. Pembagian artikel ke dalam sub-sub bagian menggunakan *sub-heading*. Judul bab ditulis dengan huruf kapital, *bold* tanpa mencantumkan nomor bab. Judul *sub-heading* dibuat tebal (*bold*) dan tanpa penomoran di depan *sub-heading* dengan maksimal tiga peringkat *sub-heading*.

3.1.1 Penulisan *News Release*

Menurut (Yakub, 2010), *News Release* (siaran pers) sebutan lain *Press Release* atau *Broadcast Release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh PRO atau Pejabat humas suatu perusahaan yang disampaikan kepada pengelola media massa/ pers. Baik *News Release* maupun *News*, cara menulisnya menggunakan gaya piramida terbalik, yaitu di mulai dengan membuat lead, intro/ kepala berita yang memuat unsur 5W+1H. Alasan digunakan gaya piramida terbalik pada penulisan *News Release*: (1) untuk mempermudah penyuntingan bagi redaksi. (2) redaksi menyeleksi *News Release* dengan melihat lead/ teras berita. (3) pembaca dikategorikan sebagai orang sibuk.

3.2 Prinsip-prinsip dalam Penulisan

Prinsip-prinsip dalam Penulisan yang perlu diperhatikan adalah Menurut (Saully, 2013) sebagai berikut:

a. Usahakan agar kalimat rata-rata pendek

Kunci dari pernyataan ini adalah pada kata rata-rata. Gunning mencatat bahwa panjang kalimat harus berbeda kalau ingin menyelamatkan pembaca dari kebosanan. Jangan menggempur pembaca terus-menerus dengan kalimat-kalimat staccato yang pendek. Mengubah-ubah panjang kalimat menciptakan variasi dan meningkatkan keenakan baca.

b. Pilih yang sederhana daripada yang kompleks

Disini Gunning menekankan pada kata pilih. Prinsip ini tidak melarang penggunaan bentuk yang kompleks. Kita membutuhkan baik bentuk yang sederhana maupun yang kompleks untuk mengungkapkan kejelasan. Ada saatnya bentuk kompleks adalah yang terbaik, tetapi jika ada pilihan, pilihlah yang sederhana. William Zinsser, pengarang "*On Writing Well*", menulis bahwa rahasia dari penulisan yang baik menanggalkan setiap kalimat sampai pada komponen terbersih.

c. Pilihlah kata-kata yang lazim

Dalam menyampaikan pesan, anda harus menghubungkan pikiran anda dengan pengalaman orang lain. Kata-kata yang pendek, sederhana yang lazim bagi setiap orang adalah yang terbaik. Hindari yang rumit, yang megah, yang genit, dan yang berbunga-bunga.

d. Hindari kata-kata yang tidak perlu

Bagian terbesar dari semua usaha dan penulisan jurnalistik diperlemah dengan kata-kata yang tidak berarti, kata Gunning. Menurut dia, kata-kata demikian menjemukan pembaca dan memudarkan perhatian.

e. Beri kekuatan pada kata kerja

Gunning mengatakan bahwa kata kerja aktif yang kuat dalam penulisan akan memberikan lonjakan dan menahan perhatian pembaca. Penggunaan kalimat aktif dinilai lebih langsung dan kuat daripada kalimat pasif. Penulis yang baik rajin mencari kombinasi kata-kata yang tepat dan kata kerja yang paling kuat.

f. Tulislah sebagaimana Anda berbicara

Wartawan harus berusaha menghindari bahasa formal, yang kaku, terutama dalam teras. Ringkaskan kekuatan dari berita ke dalam paragraf lead. Tetapi jangan hambat pembaca dengan akronim dan detail-detail tambahan.

g. Gunakan istilah yang bisa digambarkan oleh pembaca

Gunning mengingatkan wartawan agar menghindari penulisan yang samar. Wartawan olah raga yang sudah bertahun-tahun meliput pertandingan tenis tahu, misalnya, apa yang disebut "*wildcard*". Tetapi wartawan tidak boleh berasumsi bahwa semua pembaca tahu. Bila kata itu mau dipakai maka harus ada penjelasan sehingga dapat dimengerti oleh semua pembaca: Misalnya, Gaby mendapat *wildcard* dalam pertandingan tenis Indonesian Open, yang berarti bahwa meskipun peringkatnya masih rendah dan karena itu harus mengikuti babak kualifikasi, namun ia mendapat fasilitas khusus untuk langsung masuk dalam babak utama untuk bertanding melawan unggulan ketiga, Amanda.

h. Hubungkan dengan pengalaman pembaca Anda

Suatu pernyataan yang diputus atau dipisah dari konteksnya adalah suatu bentuk yang mengambang. Harus ada referensi lain, suatu dasar yang memberikannya pegangan dan arti. Dan Anda tidak bisa menyerahkannya kepada pembaca dari apa yang ada di hadapannya untuk membangun dasar itu. Apa artinya bagi pembaca suatu penambahan anggaran kota sebesar Rp.10 miliar? Banyak pembaca yang tidak bisa mengerti itu. Tetapi mereka mengerti bahwa kenaikan ini akan berdampak pada penambahan pajak yang harus mereka bayar. Jabarkanlah ini dan ceritakan kepada pembaca, tentang penambahan pajak yang akan membebani mereka.

i. Gunakan sepenuhnya variasi

Setiap penulis, dengan cara ia menggunakan bahasa, mengungkapkan sesuatu tentang semangatnya, kebiasaannya, kemampuannya, dan prasangkanya. Hal ini tidak bisa dielakkan dan memang menyenangkan. Semua penulisan adalah komunikasi; penulisan kreatif adalah komunikasi melalui pengungkapan-ini adalah "diri" yang melepaskan diri ke keterbukaan. Tidak ada penulis yang bertahan lama incognito. Gunning juga mengatakan bahwa gaya *style* harus dikembangkan. Seseorang tidak bisa dipuaskan dengan hanya meniru. Anda harus mampu menilai setiap situasi baru, melihat perbedaan, memilih kata-kata yang tepat untuk melakukan pekerjaan anda dengan baik. Untuk semua ini dibutuhkan pengetahuan yang luas tentang fleksibilitas dan variasi dari bahasa.

j. Menulislah untuk menyatakan, bukan untuk mempengaruhi

Tidak perlu memakai kata-kata yang muluk untuk membuat orang terheran-heran atau kagum.

3.3 Ciri-Ciri Penulisan

Slide yang baik mempunyai beberapa ciri-ciri khusus. Menurut (Saully, 2013) berpendapat tentang ciri dari penulisan yang baik adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan nada yang serasi.
2. Menyusun bahan-bahan yang tersedia menjadi suatu keseluruhan yang utuh.
3. Harus jelas dan tidak samar-samar.
4. Meyakinkan, menarik minat para pembaca terhadap pokok pembicaraan.
5. Kritis naskah tulisan yang pertama serta memperbaikinya.

Pergunakan ejaan dan tanda baca secara seksama, memeriksa makna kata dan hubungan ketatabahasaan dalam kalimat-kalimat sebelum menyajikannya kepada para pembaca.

3.4 Berita

Tak lepas dan tak asing lagi dari pendengaran terkait berita. Namun tahukah apa yang dimaksud dengan berita? Berita merupakan menu utama yang disajikan di media massa. Menurut (Cahya, 2012)

Pada umumnya, kebutuhan berita sangat penting bagi masyarakat sebagai penambah wawasan. Dalam menuliskan berita sebenarnya dapat dilakukan oleh siapapun tergantung orang yang memiliki kemauan untuk melakukannya.

3.4.1 Pengertian Berita

Kata berita berasal dari Bahasa Sanskerta *vri*, yang secara harfiah berarti ada atau terjadi. Adapun dalam Bahasa Inggris, berita disebut *write* yang artinya

menulis. Selanjutnya, oleh sebagian besar orang Indonesia istilah-istilah tersebut dilafalkan menjadi istilah *vritta* atau berita.

Berita adalah semua hasil pelaporan, baik secara lisan ataupun tertulis yang bersumber dari realitas kehidupan sehari-hari. Sebagai bentuk laporan, berita harus berisi tentang kejadian-kejadian terbaru atau *actual*. Informasi yang disampaikan sebagai bahan berita pun harus dianggap penting dan menarik bagi banyak orang. Menurut (Cahya, 2012)

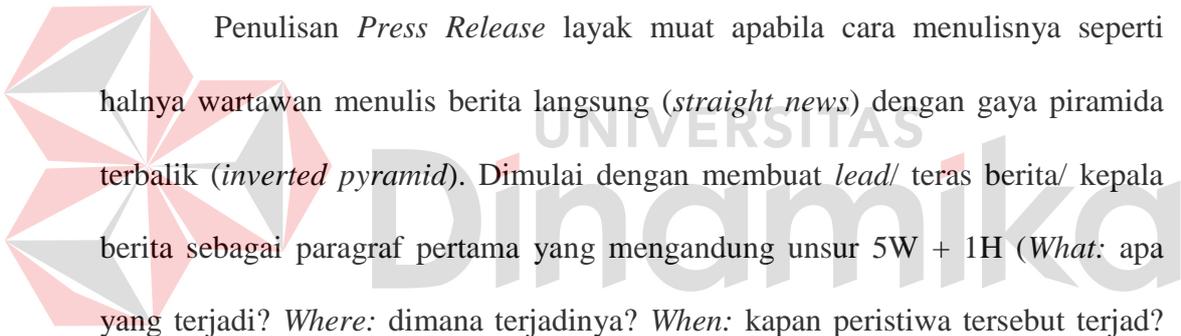
Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa berita erat kaitannya dengan informasi dan kebutuhan banyak orang. Kapan pun dan dimana pun kita selalu membutuhkan berita. Kebutuhan terhadap berita antara saat ini dan beberapa saat yang akan datang tentu berbeda. Untuk itu, berita harus bersifat *factual* dan *actual*. *Factual* artinya berdasarkan kenyataan sedangkan, *actual* artinya bersifat kekinian atau terbaru. Selain bersifat *factual* dan *actual*, berita harus bersifat *objektif*.

3.5 Press Release

Press Release atau siaran pers, Menurut (Soemirat, 2010) adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* (PR) suatu organisasi/ perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers/ redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Meskipun semua *Press Release* yang dibuat PR memiliki format yang sama, sebenarnya memiliki perbedaan penekanan pada informasinya, antara lain:

1. *Basic Press Release* mencakup berbagai informasi yang terdapat di dalam suatu organisasi/ perusahaan yang memiliki berbagai nilai berita untuk media lokal, regional atau pun nasional;
2. *Product Release* mencakup transaksi tentang target suatu produk khusus atau produk reguler lainnya untuk suatu publikasi perdagangan di dalam suatu industri;
3. *Financial Release* digunakan terutama dalam membina hubungan dengan pemegang saham.

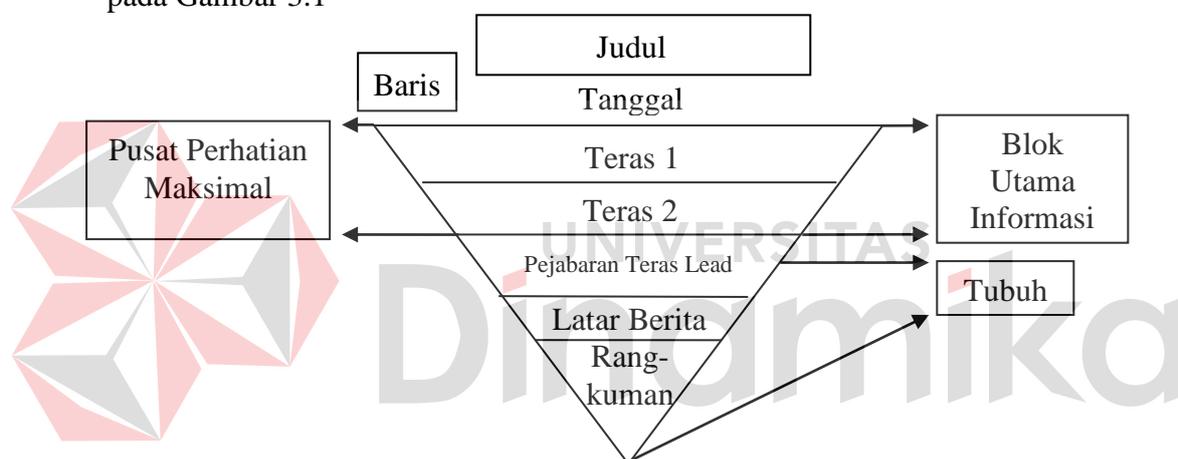


Penulisan *Press Release* layak muat apabila cara menulisnya seperti halnya wartawan menulis berita langsung (*straight news*) dengan gaya piramida terbalik (*inverted pyramid*). Dimulai dengan membuat *lead*/ teras berita/ kepala berita sebagai paragraf pertama yang mengandung unsur 5W + 1H (*What*: apa yang terjadi? *Where*: dimana terjadinya? *When*: kapan peristiwa tersebut terjadi? *Who*: siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut? *Why*: mengapa peristiwa tersebut terjadi? *How*: bagaimana berlangsungnya peristiwa tersebut?).

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*.

Setelah menulis *lead* sebagai paragraf pertama, kembangkan *lead* itu dalam paragraf kedua untuk menjelaskan atau mendukung paragraf pertama yang perlu dijelaskan atau mendukung paragraf pertama yang perlu dijelaskan. Kemudian masuk kepada tubuh berita. Penulisan dengan gaya piramida terbalik ini berarti menulis berita dari mulai yang sangat penting (*lead*) sampai kepada semakin tidak penting. Sedangkan judul diambil dari *lead* (berita yang sangat penting tadi).

Struktur Piramida Terbalik dalam pembuatan siaran pers. Dapat dilihat pada Gambar 3.1



Gambar 3.1 Struktur Piramida Terbalik

(<http://www.ruangdosen.wordpress.com/2009/01/14/penulisan-press-release/>)

Di sini dijelaskan bahwa judul berfungsi sebagai etalase berita yang harus ditulis dengan bahasa yang jernih sehingga tidak menimbulkan pengertian ganda. Baris tanggal adalah ruang untuk menunjukkan tempat berita dibuat dan tanggal pembuatan berita. Sebaris dengan "*creditline*" yang menunjukkan jati diri

media. Alinea pertama dari berita disebut pusat perhatian maksimal atau teras, atau *lead*, atau *intro* dari berita yang dapat disarikan untuk dijadikan judul berita. Isi teras berisi jawaban semua unsur 5W + 1H (disebut teras formal) atau jawaban dari dua atau tiga unsur saja (teras informal). Sesudah teras bagian berikutnya disebut Tubuh Berita, tempat menguraikan lebih lanjut unsur-unsur tersebut. Latar berita merupakan keterangan yang akan memperjelas unsur “siapa, apa, dimana, mengapa, dan bagaimana”. Sedangkan bagian rangkuman sebenarnya merupakan latar yang berisi “catatan dibuang sayang” dari suatu peristiwa. Bagian ini dapat dipotong kalau ruangan tidak mengijinkan.

3.5.1 Jenis *Press Release*

Adapun jenis-jenis *Press Release* Menurut (Soemirat, 2010) yaitu sebagai berikut:

a. *News Release*

Dimana *News Release* ini berbentuk *Straight News* yang sekedar menyampaikan pokok-pokok informasi yang penting atau menarik (5W + 1H). Terikat pada waktu (menuntut aktualisasi, cepat basi). Dan biasanya *News Release* ini lebih pendek (2.000-3.000 karakter termasuk spasi).

b. *Feature Release*

Feature Release ini adalah *Press Release* yang dikemas dalam bentuk *feature*, dimana isinya tidak terlalu tergantung kepada aktualitas (lebih *evergreen* *lofe span*) serta menyangkut hal-hal yang bersifat *human interest*. Biasanya lebih panjang (5.000-9.000 karakter).

c. Berita dan *Features*

1. Berita

Laporan jurnalistik yang mengabarkan dengan segera sesuatu yang baru terjadi atau perkembangan terbaru tentang sesuatu (sehingga audience tahu) dengan mengungkapkan fakta secara mutakhir tentang 5W + 1H.

2. *Features*

Tulisan yang menerangkan suatu peristiwa atau masalah sehingga audience menjadi paham atau mengerti duduk persoalan dengan mengungkapkan 5W + 1H dan memberi penekanan pada unsur *why* dan *how*.

Rumus 5W + 1H, dapat diperjelas sebagai berikut:

1. What : Apa yang terjadi, masalah apa yang kini dihadapi?
2. Who : Siapa yang terlibat dalam kejadian/ masalah itu?
3. When : Kapan peristiwa terjadi?
4. Where : Dimana peristiwa terjadi?
5. Why : Kenapa peristiwa sampai terjadi?
6. How : Bagaimana jalannya kejadian atau bentuk masalah itu?

Dengan menjawab pertanyaan dari rumus 5W + 1H diatas maka dapat dijadikan sebagai isi laporan jurnalistik termasuk juga sebagai bahan pembuatan *Press Release*.

3.5.2 Tujuan *Press Release*

Tujuan *Press Release* Menurut (Soemirat, 2010) yaitu sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi resmi mengenai kegiatan, peristiwa yang terjadi, perkembangan baru, atau sikap organisasi kepada media massa dan khalayak yang berkepentingan.

- b. Memperkenalkan suatu produk, layanan, atau fasilitas baru kepada orang banyak.
 - c. Menyampaikan sikap resmi organisasi (bisa dukungan atau tentangan/ keberatan) terhadap suatu peristiwa atau kebijakan.
 - d. Menyampaikan ajakan (untuk melakukan atau tidakmelakukan) suatu aksi.
 - e. Menyanggah atau membantah informasi yang diberikan pihak ketiga mengenai organisasi yang mengirimkan Release.
 - f. Membantah atau meluruskan rumor yang mengandung ketidakbenaran.
 - g. Mambantah informasi yang tersiar secara resmi tetapi sama sekali salah.
 - h. Meluruskan informasi yang tersiar secara resmi tetapi mengandung kekliruan
- Membuat agar publik tetap tahu akan keberadaan suatu institusi.
- i. Meningkatkan citra dan kredibilitas organisasi.

3.5.3 Unsur-Unsur *Press Release*

Adapun unsur-unsur yang wajib dicantumkan apabila sedang membuat *Press Release* Menurut (Soemirat, 2010), antara lain sebagai berikut:

1. Identifikasi perusahaan: Logo, nama, alamat perusahaan atau organisasi yang menyiarkan berita tersebut.
2. Statement: *Press Release*.
3. Tanggal disiarkan atau dikeluarkan.
4. Sifat Release: *embargo, for iimmediate release, back ground release*.
5. Judul: Tidak selalu ada, bisa dilengkapi dengan *kicker, cross head* dan *subtitle*.
6. Isi: 2.000-3.000 karakter termasuk spasi untuk berita *release*, 5.000-9.000 untuk *feature release*.

7. Contact Person: Nama pejabat, nomor telepon, handphone, faksimil, dan alamat mail.
8. Informasi tambahan: Pemilik latar belakang dan alamat website.

3.5.4 Topik *Press Release*

Beberapa topik *Press Release* Menurut (Soemirat, 2010), antara lain sebagai berikut:

a. International Release

Informasi resmi mengenai aktivitas yang berkaitan dengan inti kegiatan bisnis suatu organisasi.

b. Announcement Release

Mengumumkan produk, layanan, atau kebijakan baru yang diluncurkan suatu perusahaan, atau menyampaikan sikap resmi organisasi terhadap suatu kebijakan atau peristiwa yang terjadi.

c. Follow-up Release

Menyampaikan informasi resmi mengenai perkembangan atau kinerja suatu organisasi.

d. Clarification/ Disclosure Release

Menyampaikan sikap/ pernyataan resmi suatu organisasi terhadap suatu peristiwa atau masalah yang berkaitan dengan perusahaan.

e. Image Building Release

Informasi ringan untuk meningkatkan citra perusahaan, atau kegiatan perusahaan yang tak langsung berhubungan dengan inti kegiatan bisnis perusahaan.

3.5.5 Cara Membuat *Press Release*

Agar menjadikan sebuah *Press Release* yang baik, dapat dibaca dan dimengerti pesan atau berita yang disampaikan Menurut (Soemirat, 2010), maka ad acara atau tuntunan untuk membuat sebuah *Press Release* yaitu sebagai berikut:

- a. Perhatikan tenggat (*dead line*) media yang Anda tuju. Berita yang terlambat diterima redaksi tidak akan ada gunanya.
- b. Berikan substansi dan nilai berita yang tinggi sesuai kepentingan masing-masing media (*customized*).
- c. Tegaskan identitas lembaga (*corporate identity*) dan sifat *release* Anda: for *immediate release*, atau *embargo* hingga tertentu.
- d. Tuliskan *Press Release* Anda dalam gaya format berita yang siap cetak (ada judul, *lead*, isi, dan penutupan). Jangan mempersulit orang yang Anda butuhkan bantuannya.
- e. Gunakan judul yang atraktif dan disesuaikan dengan kepentingan atau keingintahuan pembaca media yang bersangkutan.
- f. Gunakan *lead* yang efektif. Dengan 5-10 kalimat pertama. Anda harus menyampaikan hal terpenting yang harus diketahui pembaca/ konsumen.
- g. Gunakan Bahasa yang sederhana, jangan muluk-muluk. Kemukakan benefit yang Anda tawarkan secara realistis tidak dibesar-besarkan.
- h. Hindari ungkapan, kata sifat, atau kalimat-kalimat yang bisa mengandung makna ganda.
- i. Manfaatkan kutipan dari nama sumber pihak ketiga yang *credible* dan *competence* (bida pakar, hasil survey, data statistic, buku atau pelanggan yang

- j. puas atau testimonial). Panjang tulisan ideal 2.000-3.000 karakter termasuk untuk *straight news release* dan berkisar 5.000-9.000 karakter termasuk untuk *features release*.
- k. Berikan informasi contact person yang menguasai permasalahan dengan baik, berikut nomor telepon, faksimil, handphone serta e-mail dan alamat situs (*homepage*) sehingga jika diperlukan redaktur dapat menghubungi yang bersangkutan atau menggali informasi lebih lengkap dari situs Anda.
- l. Sertakan media berisi bahan-bahan penunjang, misalnya foto, grafik, media reprint atau clippings, company profile, annual report.
- m. Gunakan kalimat-kalimat persuasive yang menggugah untuk menciptakan kesan bahwa pembaca memang berkepentingan dengan isi pesan yang disampaikan, sehingga perlu meneruskan membaca release ini hingga selesai.

3.6 Wawancara

3.6.1 Pengertian Wawancara/ *Interview*

Wawancara Menurut (Ardianto, 2010) adalah salah satu metode untuk mendapatkan data anak atau orang tua dengan mengadakan hubungan secara langsung dengan informan/ face to face relation.

3.6.2 Tahap-tahap Wawancara

Wawancara yang baik dan benar dibutuhkan persiapan terlebih dahulu, Menurut (Ardianto, 2010) berikut adalah tahap-tahap dalam melakukan wawancara yaitu:

a. Melakukan Pertemuan

Sebelum melaksanakan wawancara diharapkan terlebih dahulu membuat janji kepada narasumber yang ingin diwawancarai. Saat bertemu dengan narasumber, alangkah baiknya yang harus dilakukan adalah:

1. Berpenampilan sopan
2. Memberikan salam
3. Memperkenalkan diri
4. Menciptakan suasana yang baik dan lancar

b. Menyampaikan Tujuan Wawancara

Sebelum menyampaikan pertanyaan dalam wawancara ada baiknya pewawancara menjelaskan maksud dan tujuan melakukan wawancara. Hal-hal yang dilakukan adalah:

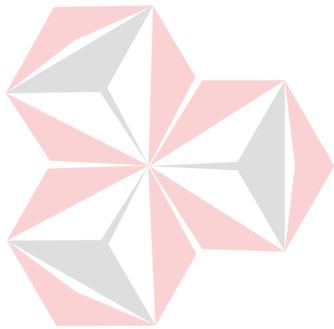
1. Menjelaskan kepada narasumber maksud wawancara
2. Menjelaskan topic wawancara
3. Mempersiapkan peralatan untuk wawancara

c. Melakukan Tahap Wawancara

1. Mengajukan pertanyaan dengan menerapkan prinsip jurnalistik (5W+1H)
2. Membuat catatan atau rekaman atas jawaban
3. Mengatur alur pembicaraan agar fokus pada topik dan menjalin komunikasi dua arah (ada tatap mata, tanggapan)
4. Menerapkan etika jurnalistik
5. Memastikan peralatan pendukung bekerja dengan baik
6. Gigih dan ulet menggali informasi dari narasumber

d. Mengakhiri Wawancara

1. Menjelaskan kemungkinan untuk meminta informasi tambahan pada kesempatan lain
2. Meminta kesediaan narasumber untuk menjadi mitra kerja selanjutnya
3. Verifikasi kembali data nama, pangkat atau kedudukan
4. Verifikasi Bahasa asing atau daerah kedalam Bahasa Indonesia yang mudah dimaknai
5. Verifikasi kembali atas pernyataan yang multitafsir
6. Berpamitan dan Berterima kasih atas kesempatan dalam memberikan informasi



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan *Workshop* berlangsung selama 30 (tiga puluh) hari. Dalam kurun waktu 1 (satu) bulan ini, program *Workshop* yang dilaksanakan pada bagian Humas di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yang pelaksanaannya pada:

Tanggal : 01 Juli 2014 – 03 September 2014

Tempat : Hubungan Masyarakat (Humas)

Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Peserta : Rizal Suhartono

NIM : 12.39015.0005

Dalam pelaksanaan *Workshop* yang berlangsung dalam kurun waktu 1 (satu) bulan di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, berikut ini adalah rincian kegiatan yang dilakukan selama *Workshop* di bagian Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Daftar Kegiatan selama Workshop

No.	Kegiatan/ Pekerjaan
1	<i>Press Release</i>
2	Koresponden
3	Liputan
4	Pengarsipan, <i>Photography</i> , Telepon Manner

4.2 Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan untuk menyelesaikan laporan *Workshop* pada bagian Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya adalah:

- a Studi *Observasi*, yaitu dengan pengamatan dan mempelajari secara langsung pada bagian Humas.
- b Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab dengan pembimbing pada tempat pelaksanaan *Workshop* yaitu pada bagian Humas.
- c Studi *Literatur* atau Perpustakaan, yaitu dengan mencari dan membaca literatur dan buku-buku yang mendukung penyelesaian laporan *Workshop* yang tersedia di perpustakaan.
- d Penyusunan Laporan, yaitu setelah melakukan kegiatan *Workshop* Penulis menyusun laporan *Workshop* yang menjadi prasyarat dalam menyelesaikan mata kuliah *Workshop*.
- e Konsultasi (Bimbingan), yaitu dengan mengajukan laporan secara bertahap kepada dosen pembimbing atas hasil laporan *Workshop* yang telah dilaksanakan

4.3 Hasil dan Pembahasan

Keberadaan bagian Hubungan Masyarakat di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya merupakan bagian vital untuk menjaga nama baik (citra) Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dimata publik. Bagian ini diperuntukkan sebagai sarana publikasi dan dokumentasi di setiap *event* yang dilakukan oleh Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya agar nantinya

event tersebut dapat dipublikasikan kepada masyarakat demi menjaga *eksistensi* kampus Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Tugas dari bagian Hubungan Masyarakat tidak hanya mempublikasikan nama baik perusahaan di social media tetapi penulisan berita juga terpenting. Penulisan ini adalah salah satu tugas penting untuk mencatat segala sesuatu informasi terbaru dalam berita yang ada di lingkup *Intern* maupun *Ekstern*. Dan hasil nantinya akan dipublikasikan kedalam Website Resmi maupun Website Non Resmi. Guna untuk masyarakat dapat mengetahui dari lingkup Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Pada Bagian Hubungan Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penulisan, antara lain:

a. Alur

Alur ini adalah jalannya suatu berita. Agar dapat dibaca dengan enak oleh publik. Oleh karena itu, dalam penulisan itu prioritas pertama adalah jalan berita.

b. Kata Sambung

Dengan adanya penulisan yang berkata sambung yaitu dimana kita sambungkan dengan kalimat lain agar terbaca tidak ada persambungan antar kalimat dari paragraf sebelumnya.

c. Penggunaan Titik dan Koma

Penggunaan ini terkait dalam penulisan, yang diharuskan tepat dalam meletakkannya. Karena itu, irama membaca harus disesuaikan dengan cara membacanya.

4.3.1 Pelayanan Internal

Dalam pelayanan ini adalah hubungan bagian Humas Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dengan seluruh keluarga besar Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Bagian Humas bersedia untuk menerima tugas yang telah ditetapkan yaitu pengambilan foto serta sebagai sarana penyampaian informasi.

4.3.2 Dokumentasi Acara

Kegiatan dokumentasi di acara Visitasi dari Dikti berdasarkan pembahasan mengubah Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer (STMIK STIKOM) Surabaya menjadikan kampus "*Institut*". Inilah kegiatan selama mengikuti acara dalam merubah kampus *Institut*. Dapat dilihat pada Gambar 4.1 sampai dengan Gambar 4.4

Masih dalam pembukaan kegiatan pada Tim Visitasi dari Dikti, Kemendikbud



Gambar 4.1 Kegiatan Visitasi dari Dikti (Tampak Belakang Pojok Kanan)



Gambar 4.2 Kegiatan Visitasi dari Dikti (Tampak Belakang)

Mengajukan informasi/ data para dosen agar bisa di setujui oleh pihak Tim Visitasi dari Dikti, Kemendikbud



Gambar 4.3 Kegiatan Visitasi dari Dikti (Tampak Samping)

Saat di ruangan rapat dalam membahas perubahan STMIK menjadi Institut

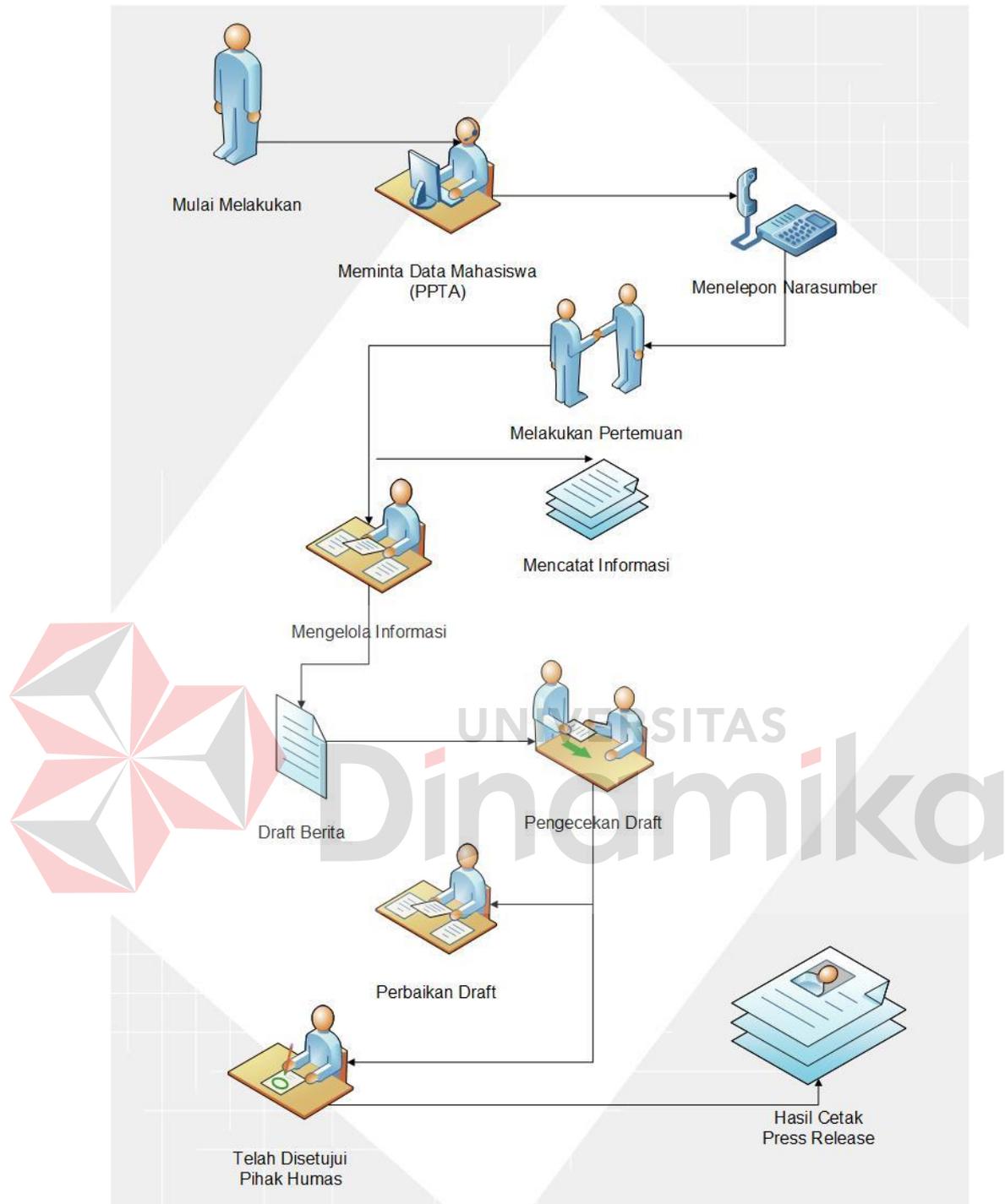


Gambar 4.4 Kegiatan Rapat Visitasi dari Dikti (Tampak Samping)

4.3.3 Pembuatan *Press Release*

a. *Work Flow* pembuatan *Press Release*

Work Flow pembuatan *Press Release* merupakan tahap dari awal mula pembuatan berita hingga berita siap di cetak dan diserahkan kepada media. Dapat dilihat pada Gambar 4.5



Gambar 4.5 *Work Flow* pembuatan *Press Release*

b. Melakukan Penjadwalan Pertemuan

Melakukan penjadwalan pertemuan dengan narasumber dapat dilakukan melalui media telepon, namun dalam melakukannya tidaklah semudah yang dibayangkan etika dalam bertelepon diuji disini seperti contohnya, menggunakan kata-kata sapaan yang sopan, nada suara yang sedang sehingga lawan bicara tidak tersinggung dengan nada suara yang terdengar tinggi maupun tidak kesulitan mendengar ketika nada suara kerendahan. Selain etika bertelepon, penulis juga telah menyiapkan beberapa pertanyaan terkait dengan janji temu yang akan dilakukan dan penulis juga telah menyiapkan data-data yang berhubungan dengan profil dari narasumber. Data dapat diolah menjadi pertanyaan seperti berikut:

1. Konfirmasi tentang kebenaran data yang telah diperoleh?
2. Kapan waktu luang yang dimiliki oleh Narasumber?
3. Dimana tempat yang disetujui untuk melakukan pertemuan?
4. Jam berapa batas maksimal melakukan pertemuan?

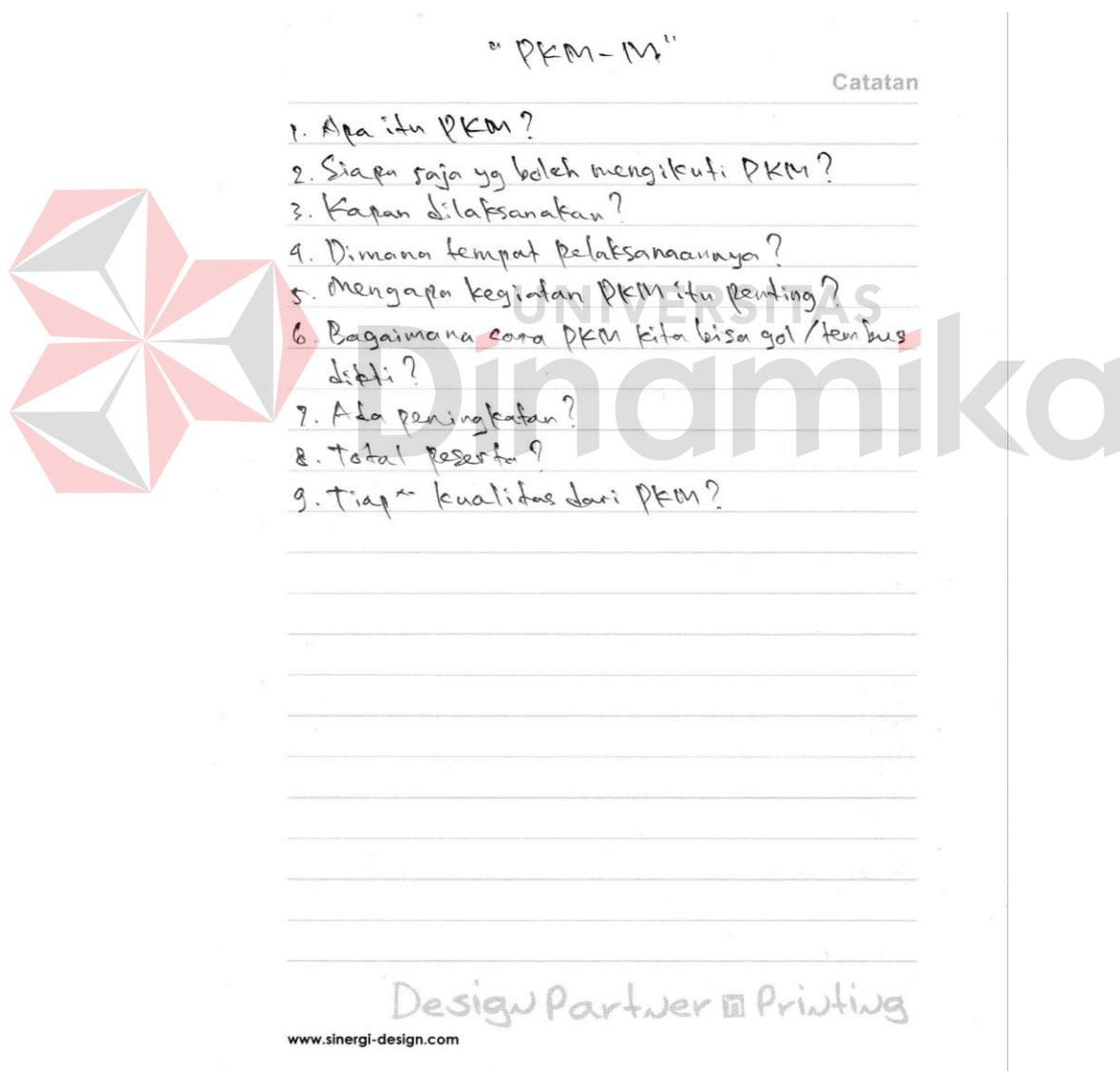
c. Melakukan Pertemuan

Ketika jadwal pertemuan telah disepakati bersama, selanjutnya adalah melakukan pertemuan sesuai janji yang telah dibuat tersebut. Ketika hendak melakukan pertemuan penulis hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana menciptakan suasana nyaman kepada narasumber. Pertemuan dengan narasumber tersebut untuk melakukan wawancara dengan tujuan dapat menggali lebih dalam lagi informasi yang belum diketahui terkait data-data yang telah diperoleh sebelumnya. 5W+1H (*what, where, when, why, who, and how*) adalah pola yang nantinya akan dijadikan acuan untuk menggali informasi kepada narasumber.

Adapun beberapa hal yang perlu dipersiapkan sebelum melakukan wawancara kepada narasumber antara lain:

4.3.4 Membuat pertanyaan tentang topik yang diangkat

Bagi pemula yang akan melakukan wawancara, pasti membuat rincian-rincian dalam mewawancarai narasumber jauh-jauh hari. Contoh pertanyaan yang akan ditunjukkan kepada narasumber dapat dilihat pada Gambar 4.6 sampai dengan Gambar 4.9



Gambar 4.6 Pertanyaan mengenai topik "PKM-M"

TUJUAN MENCAPAI KEBERHASILAN

STIKOM Surabaya – Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan salah satu upaya yang dilakukan Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DITLITABMAS) Ditjen Dikti untuk meningkatkan mutu peserta didik (mahasiswa) di perguruan tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan meyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta memperkaya budaya nasional.

Di tahun 2013, Mahasiswa STIKOM Surabaya banyak menghasilkan ide-ide cemerlang di berbagai bidang PKM. PKM ini diikuti oleh 67 Mahasiswa STIKOM Surabaya. Dari 67 proposal yang dikirim ke Dikti hanya 16 proposal yang diterima.

Kini Mahasiswa STIKOM Surabaya kembali mendapatkan Dana Hibah Dikti. Salah satunya Mahasiswi Program Studi **DIII-KPK (Komputerisasi Perkantoran & Kesekretariatan) STIKOM SURABAYA** yang bernama Dini Indri Nedia (11.39015.0011). Judul proposal yang diikuti pada PKM ini adalah **“PELATIHAN MENGETIK 10 JARI DAN SISTEM BUTA PADA IBU PKK KELURAHAN SEMOLOWARU INDAH I”** dalam mengikuti PKM-M (Pengabdian Kepada Masyarakat).

Keberhasilan Dini pada PKM-M kali ini ia memperoleh dana hibah sejumlah 6juta 400rb. Namun, penerimaannya dilakukan secara bertahap. Tahap 1 diberikan sebesar 70% dari Dana Hibah yaitu sejumlah 3juta 750ribu. Selanjutnya sisa 30% akan dicairkan setelah monitoring dilakukan.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan bagi calon mahasiswa yang ingin mengikuti PKM, yang pertama adalah menentukan judul dan diharapkan untuk dibuat semenarik mungkin, tetapi harus sesuai dengan PKM yang diikuti, serta harus mengikuti standar yang sudah ditentukan oleh Dikti. Selanjutnya dalam penyusunan anggaran dana harus dibuat selogis mungkin, dan untuk yang terakhir harus fokus pada latar belakang dan metodologinya.

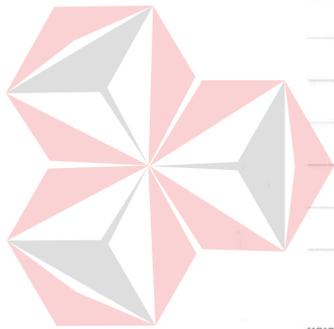
Hasil dari karya ini diharapkan, dapat dimanfaatkan oleh Ibu PKK dalam Pengetikan 10 jari.

Gambar 4.7 Hasil PKM-M telah dibuat *Press Release*

"LUGSTIKOM"

Catatan

1. Sejarah dan latar belakang berdirinya lugstikom itu bagaimana?
2. Aktivitas lugstikom itu apa saja?
3. Prestasi yg pernah diraih apa saja?
4. Berapa anggota yg ikut lugstikom?
5. Agenda apa saja yg dilakukan?
6. Struktur organisasi terbaru untuk saat ini, apakah sama dengan yg ada di website?



UNIVERSITAS
Dinamika
Design Partner & Printing
www.sinergi-design.com

Gambar 4.8 Pertanyaan mengenai topik "LUG STIKOM"

LUG STIKOM ITU APA??

STMIK STIKOM SURABAYA – Kini anak-anak muda Program Studi SI (Sistem Informasi) lagi-lagi bangkit dalam membangun sebuah inisiatif untuk membuat sebuah komunitas yang disebut dengan LUG STIKOM. Apa itu LUG STIKOM? LUG STIKOM adalah “Linux User Group” yang berartikan “Sebuah komunitas kecil yang dibuat oleh para mahasiswa SI yang berdiri pada tahun 2004 - Sekarang yang didalamnya terdiri dari dosen-dosen SK (Sistem Komputer) dan SI (Sistem Informasi) disebut LUG STIKOM”. Jelasnya

Berawal dari nama LUG STIKOM inilah yang membuat mahasiswa SI menjadikan komunitas yang maju dan berkualitas. Selain itu Mahasiswa SI ini membawakan tema sesuai dengan program studi terkait sistem komputer yang disebut Linux. Linux merupakan program open source yang gratis di bawah lisensi GNU, sistem operasi 32-64 bit, yang merupakan turunan dari Unix dan dapat dijalankan pada berbagai macam platform perangkat keras mulai dari Intel (x86), hingga prosesor RISC. Dengan lisensi GNU (*Gnu Not Unix*) kalian dapat memperoleh program, lengkap dengan kode sumbernya (*source code*). Tidak hanya itu, Anda diberikan hak untuk mengkopinya sebanyak kalian mau, atau bahkan mengubah kode sumbernya. Dan itu semua legal dibawah lisensi. Pembahasan Linux ini yang akan diperjelas lagi dan tentunya akan diimplementasikan oleh Mahasiswa SI kepada seluruh Mahasiswa STMIK STIKOM SURABAYA.

Hal ini dilakukan juga bertujuan untuk mengenalkan lebih dalam “Apa sih itu Linux?”, serta mengajak mahasiswa lainnya untuk bergabung di komunitasnya. Banyak yang sudah mengikuti anggota LUG, anggota tersebut saat ini masih sebanyak 13 mahasiswa STIKOM. Salah satunya adalah Layl Suryana yang menjabat sebagai Ketua, Meita Eny Kusumaning Diah yang menjabat sebagai Sekretaris, Intan Permata Sari yang menjabat sebagai Kewirausahaan I, Galih Okta Siwi yang menjabat sebagai Humas.

Dari beberapa anggota yang masuk, struktur organisasi ini sebelumnya sudah terbentuk dan telah dibagi oleh LUG STIKOM, antara lain mahasiswa yang dibimbing oleh dosen, Bpk. Slamet, S.T yang terdiri dari Ageng Permadie sebagai Ketua, Diva Zhora Afnani sebagai Sekretaris & Bendahara prodi Komputersasi Perkantoran & Kesekretariatan, Rastra Sewa Eka Putra sebagai Perengkapan dari prodi Sistem Informasi, Rizky Yanuar Mauludi sebagai Humas prodi Sistem Informasi. Inilah Struktur Organisasi Periode 2012 – Sekarang.

Bertahannya komunitas kecil ini yang membuat nama LUG STIKOM tetap maju. Kemajuan dari LUG STIKOM merupakan prioritas dari mahasiswa SI. Prioritas Mahasiswa SI adalah ingin mengenalkan komunitasnya kepada seluruh Mahasiswa STMIK STIKOM SURABAYA.

Selain mengenalkan komunitasnya, LUG ini juga melakukan suatu aktifitas untuk mencari sebuah link berbagai pengamatan tentang Linux seperti terdiri dari perangkat apa saja yang digunakan untuk OS Linux dan mengetahui kelebihan dan kekurangan menggunakan Linux, dll dan itu dilihat dari hasil pencarian Firefox, Chrome, dll. Disamping itu acara lainnya adalah memiliki Workshop untuk pengenalan HTML, HTML ini merupakan dari Web serta ditujukan kepada MABA (Mahasiswa Baru) sebagai pengenalan HTML tersebut, pengenalan ini selalu diselenggarakan secara rutin. Bahkan dari selama memberikan pelatihan, pengenalan kepada mahasiswa baru LUG STIKOM ini berhasil mencapai prestasi dari Lomba Design Web di Pemkot, dan Mahasiswa SI Juara 2 Code Jam Software Competition pada acara [Indonesia Creative Open Source Software \(ICROSS\)](#) yang diselenggarakan pada tanggal 23-24 April 2014 di Hotel Bumi Surabaya.

Selain tercapainya prestasi yang didapat oleh LUG STIKOM, ada beberapa hal yang dilakukannya yaitu agenda LUG STIKOM untuk kedepannya. Yang pastinya LUG STIKOM ini ingin “untuk menjalin hubungan kerjasama yang erat antara HIMA (Himpunan Mahasiswa) dan SMA, sekaligus Mahasiswa lainnya terkait tentang Pemrograman Web”.

Gambar 4.9 Hasil LUG STIKOM telah dibuat *Press Release*

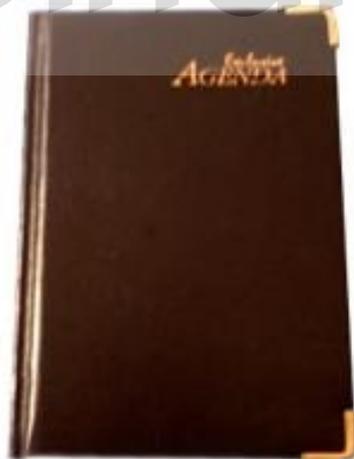
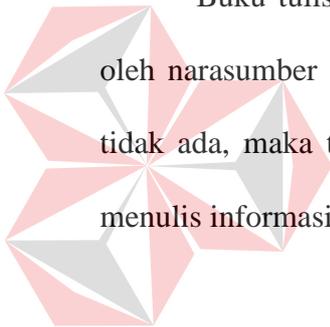
4.3.5 Persiapkan alat penunjang untuk wawancara

Adapun peralatan yang biasa digunakan oleh penulis dalam melakukan wawancara dengan narasumber, antara lain:



Gambar 4.10 Pena

Buku tulis sebagai tempat pencatatan setiap informasi yang disampaikan oleh narasumber dengan berkat bantuan dari buku catatan, tanpa salah satu alat tidak ada, maka tidak akan bisa menjadi satu sehingga dapat membantu dalam menulis informasi narasumber. Dapat dilihat pada Gambar 4.8



Gambar 4.11 Buku Catatan

Buku catatan ini bisa dikatakan simple, karena membawanya lebih mudah dari pada membawa buku yang besar susah di bawa sehingga dapat memudahkan menulis informasi pada narasumber. Dapat dilihat pada Gambar 4.9



Gambar 4.12 Tape Recorder

Alat yang bertujuan untuk merekam semua yang akan dibicarakan oleh narasumber dan tentunya sangat mempermudah kita akan mendengarnya dan dapat menyimpulkan informasi yang ada pada narasumber. Dapat dilihat pada

Gambar 4.10



Gambar 4.13 Kamera Digital

Kamera ini salah satu alat yang mempunyai tingkat kefokusan dalam pengambilan kualitas gambar yang sangat baik. Dengan kamera ini dapat mengambil hasil dokumentasi dari kegiatan wawancara. Dapat dilihat pada Gambar 4.11

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil *Workshop* pada bagian Hubungan Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, maka terdapat pemahaman tentang prosedur dan alur penulisan *Press Release* yang diterapkan pada Hubungan Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Prosedur dan alur penulisan *Press Release* tersebut mempunyai beberapa proses, proses tersebut yaitu proses pembuatan *Press Release*, tentunya dalam alur penulisan dapat disesuaikan dengan prosedur yang sistematis dan juga perlu diperhatikan dalam penyusunan struktur, isi dan penggunaan tata bahasa.

5.2 Saran

Setelah melakukan *Workshop* pada bagian Hubungan Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, Penulis mengusulkan saran, yaitu:

- a. Pada bagian Humas diadakannya pelatihan tentang penulisan berita dengan baik dan benar, dengan harapan penerbitan berita *Press Release* dapat secara berkala dan berkualitas untuk diterbitkan kepada pihak media.
- b. Pada bagian Humas juga perlu diselenggarakan pelatihan tentang komunikasi yang efektif, agar ketika melakukan diplomasi terhadap pihak luar yang terkait dapat berjalan lancar dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2010). *Handbook Of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Cahaya, I. (2012). *Menulis Berita di Media Massa*. Yogyakarta: Citra Aji Parama.

Hakim, L. (2012). *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jakarta.

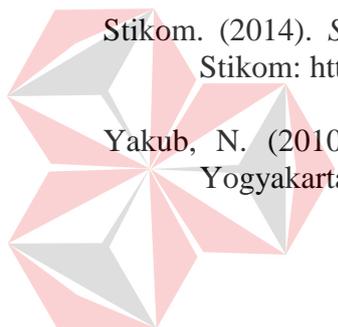
Saully, G. (2013). *Penerapan Sepuluh Prinsip Menulis*. Yogyakarta: S1 thesis, UAJY.

Soemirat, S. R. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Stikom. (2014). *Logo*. Dipetik Desember 4, 2014, dari Website Stikom: <http://www.stikom.edu/id/logo-stikom-baru>.

Stikom. (2014). *Struktur Organisasi*. Dipetik Desember 4, 2014, dari Website Stikom: <http://www.stikom.edu/id/organization-structure>.

Yakub, N. (2010). *Bahasa Indonesia Untuk Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta: Media Perkasa.



UNIVERSITAS
Dinamika