



# Media Relations

Enter ↵

PR - 8<sup>th</sup> Meeting

# *Why PR is important...*

LOGO

- ❖ **Community Outreach**
- ❖ **Protects Operating Privileges**
- ❖ **Recruitment**

# The Basics...

LOGO

- ❖ **Establish media contacts.**
- ❖ **Know your subject matter!**
- ❖ **Have a GOOD story to tell.**

# Media Relations



- ❖ **The always increasing role of the electronic media (Internet, newspapers, magazines, radio, and television) has created a special importance for media relations.**
- ❖ **In fact, the news media have become dependent on PR for *news*, and PR has become dependent upon the news media for *publicity*.**

# Who are the Media?

## Print Press

**Local Newspapers, Regional Newspapers, National Newspapers, International Newspapers, Magazines, Journals, Special Interest Publications**

## Broadcast Media - Radio

**Local Radio, National Radio**

## Broadcast Media - Television

**Local TV, National TV, International TV**

## New Media

**Internet**

# Who's trying to achieve what?

## Realism!

### What is the Journalist trying to achieve?

In the best case: To seek out and present the facts –  
constrained by time and inches!

### What are you trying to achieve?

News story to convey "The message"

Effective and catchy Soundbites

# **The importance of good media relations**

**Media has a strong role in forming public opinion and telling people what to think**

**The purpose of your relationship with the media is to enhance the reputation of your organisation and to influence and inform the target audience**

**The purpose is not just to issue press releases, deal with media enquiries and produce mountains of press cuttings**

**Good media relations result in:**

**Improving your company/LA/brand image; higher and better media profile;**

**changing the attitudes of target audience; improving community relations;**

**influencing govt policy at local, national, international levels;**

**improving communications with investors and advisors; improving industrial relations**

# **Know your Media**

**Get to know who is reading/listening/watching what**

**Be aware of which media are running stories on themes which are related to your target area**

**Be aware of who the reporters are and get to know them**



# Methods to Communicate with the Media

**Press Releases**

**Press Briefings**

**Press Conferences**

**Interviews**

**Feature Articles**

**Photo Opportunities**

**Media Tour**

**Opinion Editorials**

**Exclusive Interviews**

# Press Releases

**Why are you putting out a Press Release?**

**Basic contents: Who? What? Where? When? Why?**

**Basic Presentation: One side of paper; one clear font; date of issue; source; contact details; logo**

# **Other Methods of Press**

**Press Briefings**

**Press Conferences**

**Media Visits/Photo Opportunities**

**Interviews**

**Editorials/Features**

# What happens if it all goes wrong?

**Don't Panic!!**

**Call the Journalist or Editor in question and try and find out**

**Right to Reply**

**Paid Advertising**

**Ban the Journalist**

# **Media Management within your organisation**

**Politics Must be kept Separate from PR as much as possible**

**It helps to have a supportive and available/approachable boss**

**Need clear reporting structures and certain of who can talk to the media – consider issuing Media Guidelines**

**Internal Briefings**



**BERITA DAN TEKNIS  
PENULISANNYA  
(RELEASE MENYUSUN  
PRESS RELEASE) )**

**Disampaikan oleh::**

**Drs. Ach. Chambali Chambali. . Hs. SH  
( email : [hambaly@kabmalang.go.id](mailto:hambaly@kabmalang.go.id)  
[hambaly@kabmalang.go.id](mailto:hambaly@kabmalang.go.id) )**

# BERITA .....!!

LOGO

- ❖ **LAPORAN TENTANG SUATU KEJADIAN ( EVENT / MOMENT REPORT )**
- ❖ **SEGALA SESUATU YANG MENARIK PERHATIAN MASYARAKAT BANYAK ( PUBLIC INTEREST )**
- ❖ **LAPORAN BERBAGAI IDE TERBARU**

# UNSUR NILAI BERITA .....

LOGO

- AKTUALITAS
- FAKTUALITAS
- PROXIMITAS
- PROMINANCE
- SIGNICANCE
- MAGNITUDE

- HUMAN INTEREST
- KONFLIK
- SEKS
- HUMOR
- ULASAN & PENDAPAT
- DLL.



# JENIS BERITA .....!!

LOGO

## ❖ **BERITA LANGSUNG ( STRAIGHT NEWS)**

- Mengemukakan fakta utama yang terlibat (matter of fact news )
- Mengemukakan perbuatan / tindakan (Action News )
- Hanya mengemukakan kutipan dan ucapan tokoh yang terlibat ( Quote News )

## ❖ **BERITA TIDAK LANGSUNG (FEATURE)**

# JENIS FEATURE .....!!

LOGO

- ❖ **FEATURE BIOGRAFI / TOKOH**
- ❖ **FEATURE SEJARAH**
- ❖ **FEATURE TRAVELOG**
- ❖ **FEATURE HUMAN INTEREST**
- ❖ **FEATURE ILMIAH**
- ❖ **FEATURE HOW TO DO IT**
- ❖ **FEATURE HIBURAN**

# SIFAT BERITA .....!!

LOGO

❖ **SOFT NEWS , BERITA RINGAN**

❖ **HARD NEWS, BERITA-BERITA KERAS  
/BERAT, DAN MEMILIKI IMPLIKASI  
YANG LEBIH BAGI KHALAYAK**

# STRUKTUR BERITA .....!!

LOGO

- ❖ ● **HEADLINE , JUDUL BERITA**
- ❖ ● **DATELINE, WAKTU KEJADIAN**
- ❖ ● **LEAD, TERAS BERITA**
- ❖ ● **BODY, BADAN BERITA**
- ❖ ● **PENUTUP ( BILA DIPERLUKAN )**

# POLA PENULISAN BERITA

LOGO



# JUDUL ..... !!

LOGO

❖ **JUDUL BERITA MEMILIKI PENGARUH YANG CUKUP BESAR**

❖ **JUDUL BERITA HENDAKNYA MEMPERHATIKAN :**

- INTISARI BERITA
- SINGKAT
- MENARIK
- TIDAK MISLEADING

# Ukuran font untuk M. Cetak

- ❖ **BANNER HEADLINE, BERITA YANG SANGAT PENTING DENGAN FONT POINT YANG BESAR, DAN FONT CHARACTER YANG GAGAH.**
- ❖ **SPREAD HEADLINE, UKURANNYA LEBIH KECIL DAN UNTUK, BERITA-BERITA YANG TIDAK TERLALU PENTING.**
- ❖ **SECONDARY HEADLINE, BERITA YANG KURANG PENTING SEKITAR DUA KOLOM**
- ❖ **SUBORDINATED HEADLINE, BERITA YANG DIANGGAP TIDAK PENTING.**

# BENTUK HEADLINE ..... !!

## ( UNTUK MEDIA CETAK )

LOGO

- ❖ **CROSS LINE HEADLINE**, terdiri dari satu deck/baris  
Contoh :

**“ KAB MALANG BANGUN KAWASAN INDUSTRI ”**

- ❖ **PYRAMIDE HEADLINE**, terdiri lebih dari satu deck yang dengan susunan piramida.

Contoh :

**SBY YAKIN TAHUN 2006  
EKONOMI INDONESIA LEBIH BAIK**

- ❖ **INVERTED PYRAMIDE HEADLINE**, terdiri lebih dari satu deck dengan susunan piramida terbalik.

- Contoh : **AS GANJAL VETOR  
USIA-CHINA**



# BENTUK HEADLINE ..... !!

## ( UNTUK MEDIA CETAK )

LOGO

- **FLUSH LEFT HEADLINE**, terdiri dari beberapa deck dan disusun rata kiri.

Contoh : UNGGUL PIT STOP  
DUA DETIK  
SCHUMI JUARA

- **FLUSH RIGHT HEADLINE**, ----- rata kanan.

Contoh : UNGGUL PIT STOP  
DUA DETIK  
SCHUMI JUARA

- **HANGING INDENTATION HEADLINE**, beberapa deck yang pertama paling panjang, kedua dan ketiga lebih pendek dan sama.

Contoh : KAKAK – ADIK MENINGGAL BERANGKULAN  
KIOS BENSIN MELEDAK  
TIGA ORANG TEWAS.

# Lead

**LEAD** ..... !!

( TERAS BERITA )

- SARI DARI BERITA, PERSOALAN POKOK YANG DILAPORKAN
- LAPORAN SINGKAT YANG BERSIFAT KLIMAKS ( *STRAIGHT NEWS / BERITA LANGSUNG* )
- BISA MENGGUNAKAN KELENGKAPAN BERITA ( 5 W + 1 H )

## **MACAM – MACAM LEAD ..... !!**

**( TERAS BERITA )**

### **☀ LEAD DISKRIPSI, Contoh :**

**“ Adzan subuh belum lagi terdengar ketika para wanita berkebaya itu meninggalkan rumahnya di desa Sukamaju Kecamatan Sukarame Kabupaten Suka-suka “**

### **☀ LEAD KUTIPAN, Contoh :**

**“ Gerakan reformasi yang telah menumbangkan kekuasaan yang sentralistik, sesungguhnya merupakan gerakan moral untuk mengembalikan kekuasaan berdasarkan hukum.... “ demikian ungkap Menteri Kominfo dala sambutan Peringatan Harkitnas 20 Mei 2006.**

## **MACAM – MACAM LEAD ..... !!**

**( TERAS BERITA )**

### **LEAD NARASI, Contoh :**

“ Suatu hari Sumanto (34 thn ) merasa suhu tubuhnya, rasa laparnya membuat dia ingin makan daging ... “

### **LEAD PERTANYAAN, Contoh :**

“ apakah Anda ingin menikmati segarnya udara alam bebas yang masih bersih dari pegunungan nan indah, dengan bunyian desir ombak dan kicauan burung ...? “

### **LEAD KONTRAS, Contoh :**

“ Jika di kota–kota besar kesibukan, kesumpekan, keruwetan lalu lintas dan polusi udara mewarnai kehidupan sehari–hari, lain di desa Suka Tentren sepanjang mata menadang tampak hijau dan tenang.... “

## **BODY BERITA ..... !!**

### **TUBUH BERITA INI BERISI :**

- **MENJELASKAN APA YANG TELAH DISAJIKAN DALAM LEAD / TERAS BERITA**
- **MENGEMBANGKAN DATA-DATA YANG TELAH DISAMPAIKAN DENGAN FORMULA 5 W + 1 H**
- **FAKTA-FAKTA YANG TIDAK HANYA BERSIFAT DI PERMUKAAN**
- **DIPERLUKAN PENGETAHUANYANG LENGKAP TENTANG SUBYEK**
- **PENGUASAAN DALAM TEKNIK PENULISAN ( TERMASUK PILIHAN KATA )**

## **PENUTUP ..... !!**

- **AKHIR DARI BERITA**
- **BISA MENAMBAHKAN DATA-DATA PELENGKAP ( JIKA DIPERLUKAN )**
- **TIDAK UNTUK MEMBUAT PENILAIAN ( *STRAIGHT NEWS* )**

# BENTUK PENULISAN BERITA.. !!

## NEWS SCRIPT :

- \* *STRAIGHT NEWS* ( BERITA LANGSUNG )
- \* *SPOT NEWS* ( BERITA SINGKAT )
- \* *FEATURE* ( TULISAN KHAS, BERKISAH / BERTUTUR )
- \* *INVESTIGATIVE NEWS* ( TULISAN HASIL PENYELIDIKAN )
- \* *REPORTAGE NEWS* ( LAPORAN MENDETAIL )

## NEWS COMMENT :

- \* OPINI PUBLIK ( ARTIKEL , KOMENTAR, KOLOM )
- \* OPINI REDAKSI ( EDITORIAL, TAJUK, POJOK, DLL)

# PROSES DEPTH REPORTING

PROSES PENYAMPAIAN INFORMASI DAN PENYUSUNAN LAPORAN BERITA SECARA MENDALAN ( *DEPTH REPORTING* ) HASIL HUNTING / INVESTIGASI LAPANGAN , MELALUI TAHAPAN SEBAGAI BERIKUT :

- 1) *FIRST LEAD*, Atau Petunjuk Awal / Isu Berita Yang Menarik Untuk Diberitakan Secara Lengkap.
- 2) *INITIAL INVESTIGATION*, Investigasi Pendahuluan Untuk Pengumpulan Data.
- 3) *FORMING AN INVESTIGATIVE HYPOTHESIS*, Pembentukan Hipotesa Tentang Isu Berita Tersebut.
- 4) *LITERATURE SEARCH*, Pencarian Dan Pendalaman Literature
- 5) *INTERVIEW EXPERTS*, Wawancara Dengan Pakar, Sumber Ahli.



Lanjutan .....

- 6) **FINDING A PAPER TRAIL**, Melakukan Penjejakan Dokumen.
- 7) **INTERVIEW KEY INFORMANTS AND SOURCES**, Wawancara Dengan Sumber Yang Menjadi Kunci Berita Tersebut
- 8) **FIRST HAND OBSERVATION**, Pengamatan Langsung Di Lapangan.
- 9) **ORGANIZING FILES**, Pengorganisasian File
- 10) **MORE INTERVIEW**, Wawancara Lanjutan Untuk Mempertajam Dan Melengkapi
- 11) **ANALYZING ANG ORGANIZING DATA**, *analisa dan pengorganisasian data*
- 12) **WRITING**, *penulisan*
- 13) **FACT CHECKING**, *pengecekan data*
- 14) **LIBEL CHECK**, pengecekan nama baik (kemungkinan ada)
- 15) **Editing**.

Lanjutan. -----

- SELAIN TAHAPAN - TAHAPAN TERSEBUT, JUGA TETAP MEMPERHATIKAN KAIDAH-KAIDAH INVESTIGASI BERITA UNTUK MENYAJIKAN PENULISAN BERITA YANG OBYEKTIF DAN PROFESIONAL, YAITU :
  - #. CHECK AND RECHECK
  - #. NETRALITY
  - #. BALANCE
  - #. COVERBOTH SIDE

- **Press Release.**

- Siaran yang ditujukan kepada pers untuk diberitakan dalam penerbitan pers, biasa disebut “ Press Release” atau “ Siaran Pers “
- Isi siaran pers umumnya berupa informasi (kegiatan, promosi ) yang dikeluarkan oleh institusi (pemerintah maupun swasta) diberitakan oleh pers agar diketahui oleh publik.

- FORMULA PENYUSUNAN.....
- Siaran Pers yang baik ditulis berdasarkan sistematika penulisan berita dengan menggunakan formula “ 5 W + 1 H “.
- Yaitu berita yang mampu menjawab pertanyaan SIAPA, APA, BILAMANA, DIMANA, MENGAPA DAN BAGAIMANA ( *who, what, when, where, why and how* )

- **Sistematika Penyusunan.....**
- Sistematika penulisan berita/siaran pers terbagi dalam dua bagian, bagian teras berita (*lead*) dan bagian tubuh berita (*body*).
- Untuk *lead* berita berisi inti berita/ pokok berita
- Sedang *body* berita merupakan penjelasan rinci dari peristiwa yang diberitakan.

- Unsur-unsur yang perlu diperhatikan...
- Dalam menyusun siaran pers, unsur-unsur yang terkandung didalamnya hendaknya memperhatikan beberapa hal sbb :
  - \* Isinya jelas dan mencerminkan ketelitian kerja
  - \* Kata-kata yang digunakan tepat, jelas dan tata bahasanya benar.
  - \* Konstruksi kalimatnya mudah dimengerti

- Memenuhi kriteria layak berita...
- Sebagai konsumsi pers yang kemudian dijadikan berita, maka siaran pers harus memenuhi kriteria layak berita, yang unsur-unsurnya meliputi :
  - \* Isinya segar (aktual & faktual / *timeliness* )
  - \* Ada unsur kedekatan dengan pengguna siaran pers ( *proximity* )
  - \* Person yang diberitakan merupakan *public figure*
  - \* *Human interest, informasi public service*



- **Jenis Siaran Pers.....**

- Jenis siaran pers sangat tergantung dengan tujuan dan sasaran dikeluarkannya siaran pers, bisa berupa bantahan/sanggahan, pemberitaan, promosi untuk membangun citra baik lembaga.
- Siaran pers tidak harus dalam bentuk press release, bisa juga diwujudkan dalam bentuk pertemuan pers ( jumpa pers /konverensi pers ) yang temanya berisi penjelasan dari pihak pengundang tentang hal-hal yang perlu dijelaskan.