

**PERAN PRESS RELEASE SEBAGAI BENTUK PENYEBARAN  
INFORMASI PUBLIK DI BAGIAN HUMAS  
PEMERINTAH KOTA GORONTALO**

**Minarni Tolapa**

Universitas Ichsan Gorontalo

**Abstract**

Press Release is one of the Public Relations activities in conducting publications related to informations regarding events that occur in an institution or organization. This study aims to analyze the role of press release as a form of public information dissemination in the Public Relations Department of the Gorontalo City Government. This research was conducted at the Gorontalo City Government Institution.

The method used in this study is a qualitative descriptive research method. The research informants were obtained purposively. Data collection is done through observation and in-depth interviews with informants, document and literature studies.

Data analysis techniques use Miles and Huberman data analysis technique which consist of data collection, data reduction, data display and conclusion/drawing verification.

The research results that the Press Release has an important role as supporting Public Relations publications activities of the Gorontalo City Government. Press Release as a form of disseminating public information plays a role that is quite effective and efficient in conveying accurate information to the public.

**Keywords : Role, Press Release, disseminating, information, public**

**Pendahuluan**

Saat ini informasi menjadi hal yang memegang peran penting dalam perkembangan masyarakat. Bahkan saat ini dikenal istilah era informasi dan masyarakat informasi. Di mana arus informasi yang begitu beruntun menerpa masyarakat, di samping itu masyarakat saat ini memiliki kepentingan yang besar untuk memperoleh informasi tersebut. Sehingga dapat dikatakan

perkembangan masyarakat saat ini tidak terlepas dari peran penyebaran informasi.

Unsur-unsur penyebaran informasi senantiasa berpedoman pada karya jurnalistik yang meliputi 5W + 1H (What, apa yang terjadi ? Where, di mana terjadinya ? When, kapan peristiwa tersebut terjadi ? Who, siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut ? Why, mengapa peristiwa tersebut terjadi ? How, bagaimana berlangsungnya peristiwa tersebut ?).

Penyebaran informasi kepada masyarakat dapat dilakukan di berbagai bidang dengan berbagai macam cara baik lisan maupun tulisan. Demikian pula dalam bidang kehumasan atau Hubungan Masyarakat. Salah satu fungsi Humas adalah penyebaran informasi ke publik. Penyebaran informasi public merupakan salah satu jalan yang dilakukan oleh humas dalam membangun hubungan yang baik dengan publik atau masyarakat. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh F. Rachmadi (dalam Soemirat dan Ardianto, 2005 : 6) yang menyebutkan bahwa “masalah penting yang dihadapi oleh lembaga-lembaga ekonomi, bisnis, sosial dan politik setelah terjadinya revolusi industri adalah masalah hubungan (*relationship*). Permasalahan berkisar pada pertanyaan bagaimana membangun dan mengembangkan hubungan-hubungan yang baik antara lembaga-lembaga tersebut dengan masyarakat (publik) demi tercapainya tujuan lembaga/organisasi. Ketergantungan antara individu dengan perusahaan, dan pemerintah dengan organisasi-organisasi sosial telah menciptakan kebutuhan akan filsafat dan fungsi baru dalam manajemen. Fungsi itulah yang disebut sebagai Hubungan Masyarakat”.

Salah satu bentuk penyebaran informasi publik yang dilakukan oleh humas adalah berupa Press Release. Press Release merupakan suatu kegiatan kehumasan yang di dalamnya memuat peristiwa penting yang dapat diketahui oleh publik. Salah satu bentuk agar publik dapat mengetahui peristiwa tersebut adalah dengan langkah humas melakukan kegiatan penyebaran informasi melalui pemberdayaan jurnalis yang kemudian dimuat di media. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Soemirat (2004 :

94) sebagai berikut, "Press Release atau siaran pers dijadikan sarana Public Relations (Humas) untuk menyampaikan informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh Public Relations suatu organisasi yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa (TV, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut dari belum diketahui oleh publik untuk layak diketahui'.

Keberadaan Humas dalam sebuah lembaga atau organisasi menitik beratkan kepada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerjasama antara pihak organisasi dengan publik. Humas juga bertindak selaku perwakilan organisasi atau lembaga dalam berkomunikasi dengan public atau khalayak dalam tujuan untuk meningkatkan citra lembaga atau organisasi.

Bagian Humas (Hubungan Masyarakat) Pemerintah Kota Gorontalo merupakan satuan perangkat daerah yang terbentuk melalui Peraturan Daerah (Perda) No. 4 Tahun 2008 sebagai upaya menciptakan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan yang lebih efisien, efektif, partisipatif, transparan dan akuntabel di bidangnya.

Melalui bagian Humas, peran pemerintah sebagai katalisator yang memberikan lingkungan kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya inisiatif local dalam rangka untuk menghasilkan berbagai nilai dan makna bagi pembangunan daerah. Di samping itu dengan keberadaan Humas juga merupakan implementasi dari perwujudan pemerintahan yang baik atau good governance.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo wajib memberikan pelayanan dan penyebaran informasi kepada siapapun yang membutuhkan informasi. Penyebaran informasi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai sarana media massa yang berhubungan dengan pemerintah, baik itu media elektronik, media cetak maupun media online. Ketiga jenis media massa ini terdapat di wilayah Kota Gorontalo yang melakukan operasional pelayanan jasa informasi kepada publik.

Kegiatan Press Release merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh bagian Humas Pemerintah kota Gorontalo untuk menyebarluaskan informasi atau peristiwa yang berkaitan dengan pemerintah Kota Gorontalo kepada masyarakat. Press Release juga menjadi salah satu upaya humas pemerintah kota Gorontalo untuk membangun hubungan yang baik dengan pers. Karena tulisan dan pernyataan pers adalah salah satu hal yang dapat menjadi opini publik mengenai lembaga atau organisasi. Dimana opini tersebut akan berujung pada citra atau image lembaga.

Bentuk kegiatan press release yang dilakukan oleh Bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo adalah dengan menyiapkan liputan dan tulisan yang terkait dengan kebutuhan informasi publik. Di mana liputan dan tulisan tersebut kemudian disalurkan ke media berdasarkan kebutuhan media tersebut. Selain penyaluran ke media yang menjadi mitra pemerintah kota, Bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo dalam kegiatan press releasenya juga menyebarkan informasi publik melalui website milik pemerintah Kota gorontalo yaitu [www.humasprotokol.com](http://www.humasprotokol.com) dan website [www. Pemerintahkota.gorontalo.co.id](http://www.Pemerintahkota.gorontalo.co.id).

Berdasarkan uraian pada latar belakang, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut. Bagaimana peran dan Press Release Sebagai Penyebaran Informasi Publik di Bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo ?

## **Tinjauan Pustaka**

### **2.1 Konsep Humas (Hubungan Masyarakat)**

#### **2.1.1 Pengertian Humas**

Hubungan Masyarakat atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *Public Relations* merupakan salah satu bagian terpenting dari kegiatan komunikasi kepada publik khususnya pelanggan. Hubungan Masyarakat berkaitan dengan membangun citra organisasi secara langsung dengan publik melalui komunikasi yang efektif.

Peran dan fungsi kegiatan Humas atau Public Relation saat ini semakin strategis. Sebagian besar organisasi bisnis, khususnya yang berorientasi pada pemenuhan kepuasan pelanggan pasti memiliki Hubungan Masyarakat yang menjadi penghubung utama antara organisasi khususnya organisasi bisnis dengan publiknya.

Pentingnya aktivitas Hubungan Masyarakat bagi sebuah organisasi bisnis adalah bahwa Humas atau PR akan mampu menciptakan kesan bagi pelanggan yang merupakan investasi jangka panjang. Jika aktivitas Humas yang dilakukan oleh organisasi tersebut mampu dilaksanakan dengan baik, maka dalam jangka pendek citra organisasi bisnis itu akan baik di mata pelanggan. Dengan demikian tentu akan menambah kepercayaan pelanggan kepada organisasi.

Pada hakikatnya Humas atau Public Relations adalah kegiatan komunikasi, kendati agak lain dengan kegiatan komunikasi lainnya. Rachmadi (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 11) menyebutkan bahwa “PR (Humas) adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi/perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen”.

Humas atau PR berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga atau organisasi/perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua itu bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan goodwill (niat baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan untuk menciptakan citra positif dari publik atau masyarakat serta dapat menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik.

Griswold dalam Danandjaya (2011 : 16) menyatakan bahwa “PR (Humas) adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijakan dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan dan menjalankan

rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik”.

Kemudian Cutlip & Center (dalam Danandjaya, 2011 : 16 ) mendefinisikan Humas atau PR sebagai berikut. *“Public Relations is the continuing process by with management endeavours to obtain goodwill and understanding of its costumer, its employees and the public large, in wardly throught self analysis and corrections. Out wardly throught all means of expression”*.

J.C. Seidel (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 12) mengemukakan bahwa “PR adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan publik yang lebih luas. Ke dalam mengadakan analisis dan perbaikan diri sendiri, sedangkan keluar memberikan pernyataan-pernyataan”.

Selanjutnya menurut Howard Bonham (dalam Soemirat & Ardianto, 2005 : 13), “PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan”.

Lebih lanjut Philip Lesly (dalam Danandjaya, 2011 : 17) mengemukakan definisi Public Relations sebagai berikut. “Public Relations as helping a organizations and its publics adapt mutuually to each other”.

(Public Relations membantu organisasi dan publiknya untuk saling menyesuaikan antara satu dengan lainnya).

Berdasarkan pendapat ahli sebagaimana telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa Humas atau Public Relation adalah bagian dari fungsi manajemen yang membantu membangun dan memelihara hubungan yang mendukung terbentuknya saling pengertian, keterbukaan dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya.

### **2.1.2 Fungsi dan Tujuan Humas**

Canfield dalam Danandjaya (2011 : 19) mengemukakan fungsi Humas atau Public Relations harus mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Mengabdikan kepada kepentingan publik
2. Memelihara komunikasi yang baik
3. Kegiatan Public Relations itu ketika menjalankan fungsinya harus menitik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik.

Lebih lanjut Effendy ( 2006 : 36 ) merumuskan fungsi Humas adalah sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ekstern
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum

Selanjutnya adalah tujuan Humas atau Public Relations. Dalam menguraikan tujuan dari PR ini, terdapat pembagian tujuan berdasarkan kegiatan atau aktivitas Humas/PR sebagai berikut (Danandjaya, 2011 : 22).

1. Tujuan berdasarkan kegiatan internal Public Relations
  1. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap, tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan
  2. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan
  3. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat obyektif
  4. Merencanakan penyusunan suatu staf yang efektif bagi penugasan yang bersifat internal Public Relations
2. Tujuan berdasarkan kegiatan eksternal Public Relations
  1. Memperluas langganan atau pemasaran

2. Memperkenalkan suatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi publik dalam arti luas
3. Mencari dan mengembangkan modal
4. Memperbaiki citra perusahaan terhadap pendapat masyarakat luas, guna mendapatkan opini publik yang positif.

## **2.2 Konsep Press Release**

### **2.2.1 Pengertian Press Release**

Press Release merupakan salah satu media humas dalam lingkup pekerjaannya. Dalam aktivitasnya Humas tidak dapat terlepas dari kegiatan penulisan Press Release. Thomas Bivins dalam bukunya Handbook for Public Relations Writing (Soemirat & Ardianto, 2015 : 54) mengemukakan bahwa Press Release adalah informasi yang disiarkan untuk pers.

Berikutnya Soemirat & Ardianto mengemukakan bahwa “Press Release adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh Public Relations/Humas suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers/redaksi media massa (TV, radio, surat kabar, majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut” (Soemirat & Ardianto, 2015 : 54).

Lebih lanjut Bivins ( dalam Soemirat & Ardianto, 2015 : 54) mengatakan bahwa meskipun Press Release yang dibuat oleh Public Relations memiliki format yang sama, sebenarnya memiliki perbedaan pada penekanan informasinya. Berdasarkan informasinya, Bivins mengkategorikan Press Release ke dalam 3 tipe sebagai berikut :

1. Basic Press Release

Mencakup berbagai informasi yang terdapat di dalam suatu organisasi/perusahaan yang memiliki berbagai nilai berita untuk media lokal, regional ataupun nasional.

2. Product Releases

Mencakup informasi tentang target suatu produk khusus atau produk regular lainnya untuk suatu publikasi perdagangan di dalam suatu industry.

### 3. Financial Releases

Digunakan terutama dalam membina hubungan dengan pemegang saham.

#### **2.2.2. Peran Press Release Bagi Humas**

Jefkin dalam Darmastuti ( 2012 : 183 ) mengemukakan bahwa sebuah press release bukan hanya sekedar tulisan dalam bentuk tulisan pers, tetapi bisa juga dalam bentuk artikel dan foto-foto captions yang memiliki nilai berita tinggi.

Dengan lebih komplitnya konsep press release yang dikemukakan oleh Jefkin tersebut, maka press release memiliki peran yang sangat penting dalam membantu penyebaran berita-berita dan informasi-informasi yang berkaitan dengan lembaga atau organisasi untuk disiarkan kepada publik secara resmi.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa press release berperan sebagai media penyiaran humas yang berguna untuk menyampaikan pesan kepada publik mengenai semua informasi yang berkaitan dengan lembaga atau perusahaan agar tercipta hubungan baik antara lembaga dengan publiknya. Dengan adanya hubungan baik tersebut maka akan berdampak positif pada pembentukan opini publik mengenai lembaga dan tentunya akan memberikan dampak yang positif pula pada reputasi dan citra lembaga atau perusahaan.

### **2.3 Penyebaran Informasi Publik**

Disahkannya Undang-Undang Nomor 14 tentang Keterbukaan Informasi Publik oleh Pemerintah pada tahun 2008, membawa konsekuensi terhadap ketentuan-ketentuan hukum yang melindungi hak atas informasi bagi warga Negara Indonesia. Badan publik dalam hal ini adalah lembaga-lembaga Negara, lembaga publik non pemerintah dan perusahaan publik dan

himpunan masyarakat mempunyai kewajiban untuk memberikan akses informasi yang terbuka dan efisien kepada publik dalam rangka transparansi, akuntabilitas dan pengelolaan pemerintahan yang semakin baik di Indonesia.

Di sinilah tantangan Humas Pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi dalam memperoleh keterbukaan informasi. Tentu saja bukan hal mudah untuk memberikan informasi secara transparan kepada publik. Tetapi dengan adanya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik tersebut maka mereka harus memberikan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan informasi.

Tugas penyebaran informasi merupakan keharusan fungsional lembaga Humas sebagaimana pendapat Rachmadi ( 1993 : 77 ) “Humas dalam lembaga pemerintah ( departemen, lembaga non departemen, lembaga Negara dan BUMN ) merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat”.

Oleh karena itu Humas pemerintah memiliki peran penting dalam membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik. Humas pemerintah menjalankan tugas dan fungsi untuk memberikan informasi, penerangan dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, aktivitas, dan langkah-langkah pemerintah secara terbuka, transparan, jujur dan objektif dengan memberdayakan media khususnya media massa (Pers).

#### **2.4 Penelitian Terdahulu**

Penelitian dengan Judul Press Release dan Citra Pemerintah ( Studi Korelasional Tentang Pengaruh Press Release Bagian Hubungan Masyarakat Terhadap Citra Pemerintah Kota Medan di Masyarakat Kota Medan ) yang disusun oleh Elta Mala Sari. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, seberapa besar hubungan dan berarti atau tidaknya hubungan antara press release dengan citra pemerintah Kota Medan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara press release pada bagian Hubungan Masyarakat dengan citra pemerintah Kota Medan di mata masyarakat kota Medan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Dimana peneliti adalah instrumen kunci (Sugiyono, 2014 : 1). Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga berkehendak mengadakan akumulasi data dasar (Hikmat, 2011 : 44). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive, yang terdiri dari informan pokok dan informan pendukung. Berger memberikan definisi mengenai informan sebagai berikut, "Informan adalah seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu obyek ( Kriyantono, 2007 : 96 ). Dalam penelitian ini informan yang ditetapkan berdasarkan keterkaitan mereka dengan tema penelitian yang diangkat oleh penulis yaitu Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo dan 3 (tiga ) orang Staf Humas Pemerintah Kota Gorontalo.

Selanjutnya data hasil wawancara dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data menurut Miles & Huberman (Sugiyono, 2014 : 91) yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data collection*, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion/drawing verification*.

### **Hasil Dan Pembahasan**

Sebagaimana gambaran umum pada bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo yang memaparkan tugas pokok Humas yaitu melaksanakan tugas di bidang kehumasan dan dokumentasi berdasarkan petunjuk pelaksanaan

(juklak) dan petunjuk teknis (juknis) untuk terlaksananya pemberian informasi kegiatan pemerintah daerah.

Berdasarkan data Humas Pemerintah Kota Gorontalo selama sebulan tertanggal 1 sampai 30 September 2018, terdapat Sembilan puluh liputan yang berhasil dilakukan. Diantaranya Peringatan Hari Koperasi Tingkat Provinsi Gorontalo, Doa pemberangkatan Calon Jemaah haji Kota Gorontalo, Sidang Paripurna Nota Pengantar APBD, Peringatan Hari Radio ke 73, dan pengambilan gambar untuk acara dialog di TVRI. Jumlah hasil liputan ini menunjukkan jumlah *Press Release* yang dihasilkan oleh bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo sebagai bahan informasi ke publik melalui media.

Berkaitan dengan jumlah *Press Release* yang dihasilkan tersebut, eksistensi *Press Release* sebagai penyebaran informasi publik perlu untuk dilakukan. Sebagaimana pernyataan yang dikemukakan oleh Kepala bagian Humas Pemerintah Kota Gorontalo sebagai berikut.

“Sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan informasi yang menyangkut aktivitas Pemerintah Kota Gorontalo, menurut pandangan kami tentu saja *Press Release* masih sangat dibutuhkan untuk menyebarkan informasi-informasi yang dibutuhkan kepada masyarakat. Tentunya tidak semua aktivitas juga yang kemudian dibuatkan *press releasenya*. Hanya aktivitas-aktivitas tertentu yang sekiranya sedang menjadi sorotan masyarakat dan juga informasi penting yang perlu untuk diketahui oleh masyarakat yang kemudian dibuatkan *press releasenya* oleh Humas”.

Adanya kegiatan *press release* sangat berperan dalam mengatur arus informasi yang terkait dengan aktivitas Pemerintah Kota Gorontalo dalam penyampaiannya kepada masyarakat. Sebagaimana keterangan yang disampaikan oleh staf Humas Pemerintah Kota Gorontalo sebagai berikut.

“Buat kami peran *Press release* sangat besar dan efektif dalam menunjang kegiatan publikasi yang kami lakukan di bagian Humas Pemkot ini. Karena dengan kehadiran kegiatan *press release* ini publikasi yang kami lakukan terkait dengan aktivitas dan kegiatan di pemerintah kota Gorontalo melalui media kepada masyarakat menjadi lebih mudah dan lebih efisien. Kemudian dengan adanya *Press Release* media tidak mendapatkan berita dan informasi yang simpang

siur untuk diteruskan kepada masyarakat. Dengan press release juga pemberian informasi kepada publik dapat menjadi lebih cepat dan akurat”.

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa kegiatan peliputan dan dokumentasi hingga pembuatan press release dilakukan secara berkesinambungan berdasarkan tentatif kegiatan pemerintah Kota Gorontalo. Pembuatan press release ini perlu untuk dilakukan oleh Humas dalam upaya memenuhi kebutuhan akan informasi kepada masyarakat khususnya di wilayah kota Gorontalo dengan memberdayakan media-media yang ada di wilayah kota Gorontalo. Hal itu tidak terlepas dari keberadaan Humas sebagai corong pemerintah di mana kekuatan informasinya berada pada berita-berita press release.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Soemirat & Ardianto bahwa “Press Release adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh Public Relations/Humas suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers/redaksi media massa (TV, radio, surat kabar, majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut” (Soemirat & Ardianto, 2015 : 54).

Kehadiran press release sebagai salah satu aktivitas Humas yang didalamnya memuat informasi mengenai peristiwa penting yang dipandang perlu untuk diketahui publik, memegang peran penting dalam menunjang kegiatan publikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Gorontalo. Mengingat eksistensi press release merupakan salah satu upaya yang cukup efektif menyampaikann informasi yang akurat kepada masyarakat. Sehingga dapat mencegah terjadinya kesimpangsiuran berita yang akan diterima oleh masyarakat melalui media.

Jefkin dalam Darmastuti ( 2012 : 183 ) mengemukakan bahwa “sebuah press release bukan hanya sekedar tulisan dalam bentuk tulisan pers, tetapi bisa juga dalam bentuk artikel dan foto-foto captions yang memiliki nilai berita tinggi”. Dengan demikian press release dapat diandalkan sebagai salah satu bentuk penyebaran informasi publik yang efektif.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Press release memiliki peran yang penting sebagai penunjang aktivitas publikasi Humas Pemerintah Kota Gorontalo. Press release sebagai bentuk penyebaran informasi publik berperan cukup efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi yang akurat kepada masyarakat.

## **Daftar Pustaka**

- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, & Glenn M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Danandjaya, 2011. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Darmastuti, Rini, 2012. *Media Relations : Konsep, Strategi & Aplikasi*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat*. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Graha Ilmu, Jakarta.
- Kriyantono, Rahmat. 2007. *Teknik praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Rachmadi, F. 1992. *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sari, Elta Mala. 2016. *Press Release dan Citra Pemerintah ( Studi Korelasional Tentang Pengaruh Press Release Bagian Hubungan Masyarakat Terhadap Citra Pemerintah Kota Medan di Masyarakat Kota Medan )*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Flow*. Universitas Sumatera Utara.
- Soemirat, Soleh, & Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. PT. Alfabeta, Bandung.