



## **Modul 4**

**Matakuliah:**

**HMS303 PR Writing**

**“Menulis Berita”**

**Pengampu:**

**Abdurrahman Jemat**

**5781**

**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Esa Unggul  
2020**

# Penulisan Berita

Oleh A. Rahman

## Pengantar

Bagi praktisi PR, pengetahuan menulis berita berguna untuk:

1. Memahami bagaimana media massa memandang suatu peristiwa/pendapat yang layak berita, sehingga bisa merancang kegiatan yang layak diliput oleh media.
2. Memahami bagaimana kriteria tulisan berita di media massa, sehingga bisa menyusun *news release* yang layak dimuat menjadi berita.
3. Bisa menyajikan berbagai berita yang penting dan menarik melalui media internal yang dikelolanya.

## Apa itu Berita?

Berita merupakan sajian media massa yang paling banyak dibicarakan tapi paling sulit didefinisikan. Maka sampai saat ini tidak ada definisi berita yang bisa disepakati oleh semua orang. Kita bisa menemukan banyak sekali definisi berita yang dirumuskan sesuai dengan latar belakang keahlian mereka.

Definisi agak lengkap tentang berita dikemukakan oleh Profesor Roland E. Wolseley dan Laurence R. Campbel (1957:272). Kedua Guru Besar ini mengatakan: "Berita adalah laporan mengenai ide mutakhir, kejadian atau konflik yang menarik perhatian konsumen".

Pendapat ini agak mirip dengan definisi yang dikemukakan Mitchel V. Charnley dan Blair Charnley (1979:51) yang menyatakan: "Berita adalah laporan hangat tentang fakta atau pendapat yang menarik atau penting, atau mencakup menarik dan penting, untuk sebagian besar orang".

Definisi senada dikemukakan oleh Dean M. Lyle Spencer yang mendefinisikan: “Berita adalah setiap fakta atau ide yang akurat yang menarik bagi sebagian besar pembaca” serta Erie C. Hopwood yang mengatakan: “Berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting yang memiliki daya tarik bagi publik” (Miller, 1957:58).

Selain itu, Ken Metzler (1986:23) yang mendefinisikan, “Berita adalah sesuatu yang hangat, menceritakan kembali informasi faktual mengenai kejadian, situasi, dan ide (termasuk pendapat dan interpretasi) yang diperhitungkan akan menarik bagi khalayak dan membantu mereka mengenali diri dan lingkungan mereka”.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan, bahwa berita adalah laporan terbaru tentang peristiwa dan atau pendapat yang menarik dan atau penting bagi khalayak.

## Penggolongan Berita

Secara umum berita dapat digolongkan menjadi tiga: Berita Lempang (straight news), berita berinterpretasi (interpretative news), dan berita mendalam (depth news).

- Straight News (berita lempang), yaitu berita yang menyajikan fakta sebagaimana adanya, sebagaimana dilihat dan didengar saat kejadian.
- Interpretative News (berita berinterpretasi), yaitu di samping menyajikan fakta apa adanya, juga memuat interpretasi penulis terhadap fakta tersebut. Interpretasi ini harus berdasarkan fakta agar khalayak bisa memahami fakta dengan mudah.
- Depth News (berita mendalam), yaitu menyajikan berita secara komprehensif dengan memasukkan fakta lain atau referensi yang relevan dengan topik pemberitaan.

## Straight News

Karakteristik fakta yang harus ditulis dalam bentuk straight news (berita lempang) adalah:

- Fakta terbuka, yaitu fakta tentang peristiwa yang diliput oleh banyak wartawan, sehingga kalau tidak cepat dilaporkan akan didahului oleh wartawan lain. Contohnya peristiwa konferensi pers yang selalu mengundang banyak media.

- Fakta cepat berubah, yaitu fakta yang dari waktu ke waktu selalu berubah (mengalami perkembangan). Misalnya pada peristiwa musibah, korbannya dari waktu ke waktu bisa saja bertambah.
- Fakta yang cepat basi, misalnya adanya himbauan pemerintah agar masyarakat menghindari jalan tertentu karena ada pohon tumbang. Himbauan itu menjadi tidak berarti bagi mereka yang melewati jalan tersebut setelah pohon tumbang itu disingkirkan. Juga tidak relevan lagi saat pohon sudah disingkirkan.

## Penyajian Straight News

Straight News selalu disusun dalam bentuk piramida terbalik, yaitu mulai dari bagian paling penting makin ke bawah makin kurang penting. Bagian paling atas (alinea pertama) disebut *lead* atau inti berita, merupakan bagian fakta paling penting dari seluruh isi berita, sedangkan bagian selanjutnya merupakan uraian/penjelasan dari alinea pertama tersebut.

Alinea berikutnya sampai akhir tulisan berita disebut bodi berita. Isinya menjelaskan bagian-bagian fakta yang belum lengkap ditulis dalam lead. Unsur apa saja dari jawaban pertanyaan 5W + 1H yang dianggap belum lengkap dan diperkirakan masih ingin diketahui oleh khalayak, maka akan dimuat dalam bodi berita.

Menulis menggunakan bentuk penyajian seperti ini tidak mudah bagi kita orang Indonesia, karena budaya kita biasanya bercerita dengan bertutur secara kronologis. Inti cerita biasanya belakangan atau paling akhir dari cerita. Penyajian berita dengan struktur piramida terbalik dipilih karena:

- Bisa memudahkan redaksi *me-lay out* berita dalam media massa. Yaitu, bila halaman tidak cukup untuk memuat seluruh isi berita, maka bisa langsung memotong bagian bawah berita tanpa harus merombak seluruh bagian berita.
- Bisa membantu pembaca agar cepat bisa memahami isi berita. Yaitu, bagi pembaca yang sibuk dan tidak sempat membaca seluruh isi berita, maka cukup dengan membaca alinea pertama berita tersebut sudah bisa

## Struktur Piramida Terbalik

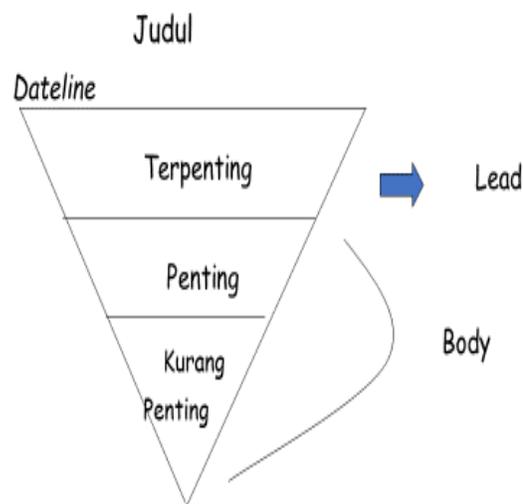
Struktur piramida, seperti yang ada di Mesir, pondasi yang merupakan bagian terpenting dari bangunan pemakaman para Fir'un tersebut ada di bawah, lalu makin ke atas makin kurang penting. Telah berkali-kali bagian atas piramida tersebut terpotong karena bencana, namun bagian paling penting atau pondasinya tetap utuh.

Nah, kalau piramida tersebut dibalik, artinya bagian paling penting ada di atas, sehingga meskipun bagian bawahnya terpotong tidak menghilangkan bagian paling penting di atasnya.

Struktur berita piramida terbalik tersebut dapat digambarkan seperti berikut:

Gambar Susunan Berita

- Susunan berita terdiri dari: Judul, Dateline (tempat/tgl penulisan berita), Lead (teras/inti berita), Body berita



## Judul Berita

*Judul berita* merupakan gambaran dari isi berita yang ada di bawah judul tersebut, maka judul biasanya ditulis setelah seluruh berita selesai ditulis. Judul bisa berfungsi sebagai iklan dari berita, yaitu dengan melihat judulnya, pembaca bisa mendapat gambaran tentang isi beritanya.

Syarat judul:

- 1) tidak boleh berbeda dari isi berita (biasanya diambil dari lead/inti berita) dan
- 2) ditulis secara singkat, padat, dan menarik

Agar tidak berbeda dari isi berita, sebaiknya judul ditulis belakangan, setelah seluruh berita selesai ditulis. Kalimat judul sebaiknya diambil dari kata-kata penting dalam *lead*, yaitu merupakan bagian terpenting dari berita.

Agar judul singkat dan padat, maka jumlah kata dalam judul sebaiknya dibatasi hanya enam kata saja.

## Dateline

*Dateline (baris tanggal)* merupakan keterangan tentang tempat dan tanggal penulisan berita, yaitu memuat keterangan dimana dan kapan berita tersebut ditulis oleh wartawan. Misalnya: *Surabaya, 15 Maret 2020 (SH)*, artinya berita itu diliput dan ditulis di Surabaya tanggal 15 Maret 2020.

Dulu, mengapa harus disebut lengkap seperti itu karena teknologi belum secanggih sekarang. Pengiriman berita dari daerah lebih banyak menggunakan jasa pos, sehingga ada perbedaan antara tanggal penulisan berita dengan tanggal dimuatnya berita tersebut di media.

Sekarang teknologi sudah sangat canggih, apa yang terjadi di belahan dunia manapun bisa dilaporkan oleh wartawan saat itu juga. Maka banyak media sekarang hanya menulis tempat saja, misalnya: *Medan (Kompas)*. Penulisan seperti ini bisa menghemat ruangan, karena tanggal peliputan sudah disebut di dalam berita.

Syarat dateline adalah harus ditulis secara jujur sesuai tempat dan tanggal penulisan berita. Artinya, untuk berita yang terjadi di daerah dan luar negeri, tapi ditulis di Jakarta, maka datelinenya harus ditulis: Jakarta.

## Lead

Lead (teras berita) terdapat pada alinea pertama dari berita. Bagian ini merupakan bagian paling sulit dalam penulisan berita. Bila lead sudah selesai, bagian lain akan dapat ditulis dengan mudah.

Sebaiknya lead memuat lengkap jawaban pertanyaan 5 W + 1 H (what, who, where, when, why, how) namun kalau lead terlalu panjang maka boleh tidak memuat lengkap unsur 5 W + 1 H tersebut. Unsur kelengkapan yang boleh tidak ada dalam lead adalah: *why* dan atau *how*.

Syarat lead sebagai berikut:

- 1) Bagian paling penting/menarik dari berita, yaitu bagian fakta yang paling ingin diketahui khalayak karena sangat berpengaruh terhadap kehidupan mereka dan atau berpotensi mempengaruhi emosi mereka.
- 2) Akurat, singkat, dan padat, yaitu penulisannya harus secara singkat dan padat dapat menggambarkan fakta secara tepat. Jumlah kata dalam lead harus tidak lebih dari 35 kata.
- 3) Sedangkan “mudah dipahami dan menarik”, yaitu menggunakan bahasa yang sederhana, gampang dipahami semua khalayak dan disajikan secara menarik.

## Petunjuk menulis Lead

Bila kesulitan menulis lead, bisa dengan mengikuti petunjuk sebagai berikut:

- Pilih fakta lalu urutkan mulai dari fakta paling penting/menarik hingga yang kurang penting/menarik.
- Tulislah lead mulai dari unsur (5W + 1H) yang paling penting/menarik.
- Biasanya lead dimulai dari unsur what (apa), namun kalau tentang orang penting biasanya dimulai dari unsur who (siapa).

Lead bisa juga dimulai dari unsur where, when, why, atau how, jika memang unsur itu merupakan bagian paling penting dari fakta tersebut.

### Contoh lead 1

BEKASI (POST). Muda mudi tewas (*what*) tersambar kereta api Gajayana Jurusan Malang – Jakarta (*why*), di dekat Stasiun Bekasi (*where*), Rabu pagi (*when*). Saksi mata, Ahmad (33) (*who*) menceritakan, kedua korban yang identitasnya belum diketahui itu (*who*) berdiri di rel ketika kereta sudah medekat (*how*).

### Contoh lead 2

JAKARTA (POST). Ketua Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) Kiagus Ahmad Badaruddin (*who*) meninggal dunia (*what*) di RS Persahabatan (*where*), Sabtu 14/3 (*when*) akibat komplikasi penyakit (*why*). Wakil Kepala PPATK Dian Ediana Rae mengatakan, Badar meninggal akibat komplikasi diabetes, jantung, dan ginjal (*how*).

### Bodi Berita

Bodi berita ditulis untuk melengkapi unsur berita yang belum ditulis dalam lead. Misalnya untuk berita tentang muda-mudi yang tewas tersambar kereta, perlu dijelasnya sudah berapa sering kecelakaan serupa di tempat yang sama. Mungkin ada saksi mata yang bisa menjelaskan kronologi kejadian tersebut. Mayat korban dibawa kemana? Apakah sudah ada keluarga korban yang menjengut kedua jenazah?

Sedangkan dalam berita tentang meninggalnya Ketua PPATK, perlu dijelaskan sejak kapan Badaruddin menjabat sebagai Ketua PPATK, latar belakang pendidikannya, riwayat pekerjaannya, serta dia meninggalkan berapa istri, berapa anak, dan berapa cucu.

Perlu juga dijelaskan siapa saja yang sudah melayat jenazah almarhum. Lalu almarhum dimakam dimana? Mungkin ada yang bisa menjelaskan siapa yang akan mengganti jabatan Badaruddin?

Contoh Berita tentang PR

## Hindari Virus Korona, Teraskita Delivery Service Hadir Menjawab Kebutuhan Anda



by : [Kompas Klasika](#) 12 Mins Ago

Memasuki Maret 2020, Teraskita Hotel Jakarta, hotel bintang 3 plus yang berlokasi di Jalan MT Haryono Kav 10A, Cawang, Jakarta Timur, dan memiliki 150 kamar, 6 *meeting rooms*, *7th sky lounge*, dan Canting Restaurant mengemas paket promosi menarik, mulai dari kamar hingga *food & beverage*. Semua promosi tersebut dibuat untuk menjawab kebutuhan para tamu.

Menyambut perayaan Isra Mikraj dan Nyepi, Teraskita Hotel Jakarta managed by Dafam meluncurkan promosi Long Stay "Remembering Day" dengan minimal menginap 4 hari di antara periode 21 hingga 29 Maret 2020 dengan harga spesial dan yang pasti bisa lebih hemat yaitu Rp 2.202.020 *nett* per kamar per 4 malam. Dapatkan *benefit* dari paket promosi tersebut, di antaranya sarapan untuk 2 orang, *special laundry offers*, *kids corner on weekend*, *games corner*, diskon F&B 20 persen.



Foto-foto: dok. Teraskita Hotel Jakarta.

Paket Take Away juga akan menjawab kebutuhan bagi Anda yang saat ini sedang bekerja di rumah atau bekerja di kantor dan sedang menghindari keramaian, tetapi ingin menikmati santapan lezat sambil sembari *meeting* di kantor atau ada acara spesial di rumah. Paket makan pagi atau siang praktis dengan berbagai macam pilihan menu Indonesia, Asia, dan *western*. Harga mulai dari Rp 45.000 *nett* per kotak, Anda dapat menikmati pilihan menu yang lengkap dengan air mineral. Pemesanan minimal 20 kotak akan diantar langsung ke kantor atau rumah Anda, berlaku Senin–Jumat pukul 08.00–17.00 WIB.



Selain itu, Teraskita Delivery juga hadir dengan harga yang sama hanya Rp 45.000 *nett* per porsi untuk menjawab kebutuhan Anda yang ingin sarapan dan makan siang di rumah untuk sendiri, berdua, atau berapa pun siap diantarkan ke rumah Anda khusus area Jakarta Timur. Pemesanan mulai dari 5 porsi gratis ongkos kirim diantarkan langsung oleh *conciierge* hotel menggunakan mobil hotel yang sudah disterilisasi sebelum pengantaran.



Pilihan menu spesial siap Anda nikmati yaitu di antaranya *rice box beef blackpepper*, *rice box kungpao*, *rice box roast beef sambal matah*, *rice box salmon metayaki*, *rice box prawn salted egg*, *rice box duck with kalio*, *rice box beef yakiniku*, *rice bowl capcay seafood*, *rice box dory sambal matah*, *rice box beef balado*. Selain itu, ada *beverage* promo, yaitu *haci*, *seven ky love*, dan *teraskita latte*, hanya dengan harga Rp 60.000,00 *nett* per gelas.

Public Relations & Digital Marketing Manager Teraskita Hotel Jakarta managed by Dafam Imanuelia Kristi menambahkan, “Di kondisi sekarang ini dalam fase pandemi korona,

kami selalu mengutamakan higienitas dan kebersihan dari proses produksi makanan dan minuman serta sterilisasi area hotel dengan penyemprotan disinfektan di area publik, *meeting room*, dan kamar, serta adanya filter dari *security* untuk pengecekan suhu tubuh dan penggunaan *hand sanitizer* bagi tamu di setiap akses pintu masuk hotel sehingga hotel kami aman bagi para tamu yang akan berkunjung.”  
Tunggu apa lagi? dapatkan paket menarik ini dari sekarang karena tempat terbatas.  
Untuk reservasi dan informasi lebih lanjut, silakan menghubungi (021) 2280 7777 atau WA: 0853-6098-0777. [AYA]

**TAGS:** [HOTELTERASKIT](#)

Contoh Tulisan Berita PR

## Public Relation Pemkot Surabaya Terbaik se Indonesia

Kompas.com - 05/04/2018, 09:59 WIB



Pemerintah Kota Surabaya berhasil meraih predikat pemerintah daerah dengan departemen public relation (PR) terbaik se Indonesia. Penghargaan itu berupa Platinum Award PRIA 2018 dan penghargaan terpopuler di media kategori kota. Dua penghargaan itu diterima langsung oleh Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini.

Penghargaan yang sangat fenomenal ini diberikan dalam acara Public Relation Indonesia Award (PRIA) yang digelar bertepatan dengan acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan, Kamis (29/3/2018) malam. Penghargaan kehumasan ini diraih setelah Humas Pemkot Surabaya memborong tujuh penghargaan dari 12 kategori yang dilombakan di ajang PRIA 2018 ini.

Tujuh kategori penghargaan itu adalah kategori media cetak internal (Majalah Gapura) berhasil meraih medali bronze edisi Januari 2017 dan medali silver edisi Oktober 2017, kategori website pemerintah daerah meraih medali gold, kategori media sosial pemerintah daerah meraih medali silver, kategori government PR meraih medali gold, kategori departemen PR meraih medali gold, dan kategori presenter terbaik diraih Jefri S yang saat ini menjabat Kepala Sub Bagian Layanan Informasi Humas Pemkot Surabaya.

Founder sekaligus CEO PR Indonesia Asmono Wikan mengatakan Pemkot Surabaya berhasil meraih predikat terbaik karena punya kehumasan yang selalu diperbarui, otentik, serta berkelanjutan sehingga mendatangkan efek positif bagi warga. Ia juga menjelaskan bahwa kunci kemenangan Surabaya ini adalah upaya yang dilakukan Pemkot dalam mengajak warga untuk lebih aware terhadap lingkungan sekitarnya. Bahkan, masyarakat juga diajak untuk rajin upload kondisi sekitarnya di media sosial maupun online.

Selain untuk memberikan informasi, cara ini juga untuk memberikan kritikan secara langsung kepada pemerintah melalui media sosial. "Menurut saya ini otentik, terus diperbarui dan berkesinambungan," kata Asmono sesuai acara penghargaan. Asmono juga menjelaskan ajang penghargaan ini untuk mendorong kinerja PR yang lebih baik ke depannya. Sebab, saat ini posisi PR sudah sangat penting bagi sebuah korporasi maupun lembaga, karena tidak hanya sebatas tukang foto dan tukang kliping koran.

"Ini merupakan persiapan bagi seluruh PR se Indonesia agar siap menjadi leher dari perusahaan dan lembaga," tegasnya. Dalam penghargaan tahun ini, diikuti oleh 72 korporasi dan 33 lembaga pemerintah. Mereka dinilai oleh 16 juri dari kalangan pakar PR dan CSR, konsultan atau agensi PR, tokoh asosiasi atau organisasi PR, jurnalis dan fotografer senior, pakar desain dan branding, serta pakar media sosial.

Proses penjurian ini dilakukan secara maraton di kantor PR Indonesia di Jakarta sejak 28 Februari 2018 hingga 2 Maret 2018. "Seluruh kategori dalam penetapan sebagai terbaik menggunakan penilaian berbasis penjurian yang obyektif dan ketat," tegasnya.

Sedangkan penyerahan penghargaannya, kata dia, digelar berbeda pada tahun ini. Sebab, dua tahun sebelumnya yang digelar di Bali, selalu dilakukan di dalam gedung. Namun, kali ini digelar di Jalan Tunjungan yang bertepatan dengan acara Mlaku-mlaku Nang Tunjungan.

Pemkot Surabaya pun menyambut baik acara bagus ini. Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini dalam sambutannya mengaku bangga menjadi tuan rumah acara PR Indonesia. Sebab, dengan acara itu bisa lebih banyak yang datang ke Surabaya dan menikmati acara Mlaku-mlaku Nang Tunjungan yang rutin digelar setiap bulannya.

Disamping itu, para pelaku UKM di Surabaya bisa mendapatkan pendapatan tambahan dari acara ini, sehingga perekonomian warga terus berputar dan UKM terus terdorong untuk tumbuh. "Kami bangga menjadi tuan rumah ajang PR Indonesia, karena bagi kami, tamu adalah raja yang harus kami layani," kata Wali Kota Risma.

Pada kesempatan itu, Wali Kota Risma juga menyampaikan bahwa Pemkot Surabaya ingin menghidupkan kembali ikon sejarah Kota Pahlawan di Jalan Tunjungan. Sebab, ia menilai Jalan Tunjungan adalah jalan yang bersejarah, banyak sejarah yang telah terjadi di kawasan itu. "Dulu kawasan ini seperti kota mati. Namun, sekarang jalan ini hidup. Itu cara kami mentrigger Kota Surabaya agar banyak yang berkunjung ke sini," pungkasnya.

Artikel ini telah tayang di [Kompas.com](https://www.kompas.com) dengan judul "Public Relation Pemkot Surabaya Terbaik se Indonesia", <https://biz.kompas.com/read/2018/04/05/095919428/public-relation-pemkot-surabaya-terbaik-se-indonesia>.