**PRODUKSI MEDIA PUBLIC RELATIONS

Kontrak Kuliah**

**Sahira Humaira,S.Ikom,M.Si**

**Tujuan**

Dengan mempelajari mata kuliah Produksi Media Public Relations, mahasiswa diharapkan mampu memahami apa saja jenis-jenis media PR, bagaimana memproduksinya, perbedaan dan fungsi dari masing-masing media PR, serta mampu mengaplikasikannya.

**Perkuliahan**

* Perkuliahan dilaksanakan sebanyak 3 kali pertemuan tatap muka dan 11 kali pertemuan online, dan 1 kali Ujian Tengah Semester, serta 1 kali Ujian Akhir Semester.
* Selama Perkuliahan berlangsung mahasiswa wajib mematuhi tata tertib yang telah dijelaskan saat awal pertemuan.
* Mahasiswa wajib mengerjakan tugas maupun kuis yang diberikan oleh dosen pengampu.

**Tata Tertib**

* Selama perkuliahan mahasiswa dilarang menggunakan telepon selular. Mereka yang melanggar akan dikeluarkan dari kelas agar tidak mengganggu jalannya perkuliahan.
* Datang tepat waktu. Toleransi keterlambatan diberikan 15 menit setelah perkuliahan dimulai. Mereka yang datang lebih dari 15 menit diijinkan masuk dan mengikuti perkuliahan tapi tidak akan diabsen.
* Setiap mahasiswa wajib absen saat hadir di kelas.
* Dilarang mengabsenkan teman sekelasnya. Jika ketahuan maka baik mahasiswa yang ditolong maupun menolong tidak akan diluluskan.
* Dilarang menyontek saat UTS maupun UAS, mereka yang kedapatan menyontek saat ujian tidak akan diluluskan.

**Komposisi Nilai**

* Komposisi nilai yang diberikan adalah sebagai berikut :
* Absen 10%
* UTS 30%
* UAS 40%
* Tugas 10%
* Kuis 10%

**Tugas**

* Dosen akan memberikan tugas individu maupun tugas kelompok.
* Tugas harus dikerjakan dan dikumpulkan sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan.
* Keterlambatan pengumpulan tugas akan mengakibatkan tugas tidak dinilai.

**Buku Referensi**

* Kriyantono, Rahmat. 2008. PR Writing : Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat, Prenada Media Group
* Buku-Buku lain terkait Produksi Media Public Relatons

**Produksi Media Public Relations**

Menurut Cutlip, Center & Broom yang terkutip dalam buku Public Relations Writing. (Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat) karangan Rachmat Kriyantono, membuat kategori berisi ringkasan yang dilakukan spesialis Public Relations di tempat kerja salah satunya adalah produksi media PR yaitu membuat saluran komunikasi seperti multimedia, seni, typografi, fotografi, tata letak, computer desktop publishing dan perekaman audio visual. Computer desktop publishing merupakan sebuah revolusi bisnis di dalam industri komputer oleh karena itu dibutuhkan kesiapan Public Relations secara kreatif dalam memanfaatkannya. Public Relations harus mampu secara kreatif memanfaatkan media untuk membangkitkan citra positif dari institusi atau merek perusahaan. Untuk itu bagi praktisi PR sebaiknya memahami proses produksi media PR.



1. **Konsep Desain**

Desain atau tata letak (Layout) adalah perencanaan untuk menyusun dan menggabungkan seluruhelemen-elemen desain. Sebelum memulai suatuproyek mendesain sebuah layout untuk media PR biasanya membuat konsep desain terlebih dulusebagai panduan dasar. Pembuatan konsep ini bisa dibuat seperti “Creative Brief” atau “creative workplan” baik secara lisan maupun tertulis. Semakin lengkap dan jelas konsep yangdiberikan, maka akan semakin cepat dan tepat dalam mengeksekusinya. Tujuannya adalah untuk mempermudah dan memberi arah dalam mendesain layout. Untukdapat membuat layout yang baik dan dapat berfungsi sesuai tujuannya, biasanyaada beberapa pertanyaan yang berkisar pada:

1. What is the purpose?

Apa tujuan yang ingin dicapai?

1. Who is the audience?

Siapa target audiennya?

1. What is the message?

Pesan apa yang ingin disampaikan kepada target audiens.

1. How to communicate?

Bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut?

1. Where it will be seen?

 Di mana, di media apa?

1. When?

kapan desain itu dilihat oleh target audien



1. **Media dan Spesifikasinya**

Proses selanjutnya setelahmengetahui konsep desain adalah menentukan media yang akan digunakan dan sepesifikasinya. Pemilihan media ini disesuaikan dengan kebutuhan dan keperluan. Misalnya untuk membuat brosur dengan menggunakan media cetak, untuk website menggunakan media online. Untuk mengembangkan sebuah desain, harus mempertimbangkan mengenai bahan material, ketentuan produksi harus dipertimbangkan dengan hati-hati.

Keberhasilan desain kemasan tidak hanya terletak pada konsep yang dapat dipasarkan tetapi juga kemampuannya untuk diproduksi dan kemampuan adaptasi untuk melayani kebutuhan perusahaan.

Sehingga biaya yang dikeluarkan bisa efektifdan efisien.Misalnya membuat desain X banner:

1) Bahan yang digunakan china flexy,

2) Ukurannya 160 x 60 cm

3) Kapan dan dimana dan berapa lama desain tersebut akan di distribusikan ataudiperlihatkan kepada target audien harus sudah jelas.



1. **Thumbnails and Dummy**

Media yang telah ditentukan sudah dilakukankemudian proses selanjutnya adalah mulaimerencanakan pengorganisasian layout denganmembuat thumbnails yaitu sketsa dalam ukurankecil. Proses pembuatannya sebaiknyamenggunakan pensil dan kertas. Setelah itumembuat dummy atau mock up sebagai contohsebelum proses cetak. Salah satu tujuannya untutk mengurangi kesalahan-kesalahan sebelum proses cetak.

1. **Desktop Publishing**

Setelah semua panduan dan material desain sudahlengkap, barulah menggunakan Software di computer untuk memulai eksekusi desain. Saat ini banyak program desktop publishing di pasaran, namun dalam membuat sebuah desain (layout) sebaiknya menggunakan Software yangsesuai dengan kebutuhan agar lebih maksimal dalam hal penggunaannya.

Software computer digunakan disepanjang keseluruhan proses desain, dari kreasikonsep desain awal sampai pengembangan lanjut, hingga ke proses produksi pra-cetak. ***Adobe Illutrator, Adobe Photoshop dan Adobe InDesign*** adalah program –program utama yang digunakan dalam mendesain.

* **Adobe Photoshop**

Adalah sebuah program penyunting gambar dimana bisa berupa fotoatau hasil scan dari computer dan pembuatan efek dalam dunia digital imaging. Begitu populernya software ini, hingga muncul istilah photoshoping yang berarti pengeditan foto/gambar. Istilah ini sering dipakai walau pada proses pengeditan gambar/foto yang tidak menggunakan adobe Photoshop. Awalnya Photoshop dibuat untuk kepentingan cetak, namun akhirnyadigunakan untuk gambar-gambar dunia maya.

Photoshop menyediakan grafik yang kaya toolset untuk fotografi digital, produksi percetakan, desain web dan produksi video. Untuk bekerja dengan foto digital bisa dilakukan dengan langkah-langkah pengoreksian gambar. Misalnya dengan memproses file mentah kamera digital didalam Photoshop banyak kendali dan mutu gambar terbaik dari file ini; mengubah sedikit foto, tonality dan texture.

* **Adobe Illustrator**

Adobe Illustrator (AI) merupakan program pengedit vektor. Ai memiliki elemen utama yang merupakan hal baru bagi pengguna software pengeditvektor standar bagi dunia profesional, karena AI memiliki firut-fitur yang mampu menghasilkan karya vektor yang kompleks. AI juga lebih baik dari software sejenis dalam mengerjakan gambar-gambar berbasis web, terutamadengan opsi “Save for Web”-nya. Disamping itu, AI merupakan kombinasiyang pas dengan Photoshop. Kelebihan lainya, AI bisa langsung di output diformat Adobe PDF, hingga dapat mempersingkat pengerjaan. Saat ini, fileberformat AI termasuk yang paling banyak digunakan.

Pada dasarnya adalah sebuah program untuk membuat ilustrasi,yang terdiri dari garis, bidang, warna dan bitmap. Garis dan bidang disebut vector, dalam penggunaannya sama seperti jika menggambar denganmenggunakan alat gambar manual. Grafik vektor dapat diskala dan dicetakpada resolusi manapun tanpa kehilangan kejelasan detilnya. Sedang bitmapdalam pekerjaan ilustrasi lebih sering digunakan untuk memposisikan,membesarkan atau mengecilkan, meng-crop atau memberi beberapa efekyang disediakan oleh Illustrator. Sehingga Adobe Illustrator berfungsi dalammembuat ilustrasi, Manata ulang (layout) Newsletter, Brosur, kartu nama, danuntuk penggunaan aplikasi lainnya

* **Adobe InDesign**

InDesign versi 1.0 pertama kali dikeluarkan pada tahun 1999, sebagaikompetitor dari QuarkXpress. Pertama yang men-support Unicode untukmemproses teks, tipografi font open Type, fitur transparansi lanjutan dan margin optis. InDesign ini lebih mengacu pada pasar professional yang memiliki fitur-fitur yang yang jauh lebih lengkap dari Pagemaker dan lebihmudah dikombinasikan dengan Adobe Photoshop dan Illustrator, serta fileberformat PDF. Dengan InDesign lebih mudah dilakukan dalam hal importdokumen Word, bahkan InDesign dapat mensupport footnote. Kelebihaninilah tentunya akan memberikan kemudahan dan efiseinsi dalam bekerja.

**Jenis Image**

1. PSD (Photoshop Document)

Format file ini merupakan format asli dokumen Adobe Photoshop. Format inimampu menyimpan informasi layer dan alpha channel yang terdapat padasebuah gambar, sehingga suatu saat dapat dibuka dan diedit kembali.

1. TIFF (Tagged Image File Format):

Format bitmap yang digunakan untuk pertukaran gambar antar aplikasi; dapatditempatkan pada hampir semua program grafis dan program layout sertasering digunakan untuk menyimpan gambar. Dapat digunakan untuk keperluanpertukaran antar platform (PC, Machintosh). Format file banyak dipilih dandisukai oleh para pengguna komputer grafis terutama yang berorientasi padapublikasi (cetak) karena hampir semua program yang mampu membaca formatfile bitmap juga mampu membaca format file TIF.

1. EPS (Encapsulated Post Script)

Format files ini merupakan format yang sering digunakan untuk keperluanpertukaran dokumen antar program grafis. Selain itu, dapat digunakan ketikaingin mencetak gambar. Keunggulan format file ini menggunakan bahasapostscript sehingga format file ini dikenali oleh hampir semua programpersiapan cetak dan mampu menyimpan clipping path. Kelemahan format fileini adalah tidak mampu menyimpan alpha channel, sehingga banyakdigunakan ketika gambar yang dikerjakan sudah final.

1. JPEG (Joint Photographic Experts Group)

Format ini cocok untuk penggunaan pada penampilan gambar fotografi. Formatfile sering dimanfaatkan untuk menyimpan gambar yang akan digunakan untukkeperluan halaman web, multimedia, dan publikasi elektronik lainnya.

1. Pdf (Portable Document Format)

Format files ini digunakan oleh Adobe Acrobat, dan dapat digunakan olehgrafik berbasis pixel maupun vektor.

1. **Output (Printing, Online, Audio dan Video)**

Tahapan ini adalah tahap akhir dimana akanmenentukan teknik sesuai dengan pemilihan mediayang telah ditentukan, bisa menggunakan mediaonline, cetak dan lain-lain. Misalnya menggunakanmedia cetak harus disesuaikan dengan desain yangtelah di buat. Setelah file data desain telah siapdengan menginformasikan tentang jenis software,versi, spesifikasi kertas atau media lainnya, menyertakan font, dummy atau mock up,menginformasikan warna dan informasi lainnya kepada percetakan.

Saat ini ada lima macam teknik cetak:

1) Offset, teknik yang paling umum digunakan untuk mencetak sablon, brosur,annual report, inhouse magazine dll.

2) Flexografi, digunakan untuk mencetak karton gelombang.

3) Rotogravure, biasanya untuk mencetak label kemasan plastic

4) Sablon, digunakan untuk cetak spanduk, kartu nama.

5) Digital Printing, kemajuan teknologi ini memungkinkan sistem (poD) print ondemand yaitu teknologi mencetak sebanyak yang diperlukan saja/produksisangat terbatas.

Apabila dikomparasikan dengan teknik konvensional offset printing, sistem poDini jauh lebih efisien untuk jumlah percetakan kartu nama, flyer, brosur,company profile, annual report, in house magazine da sejenisnya. Sistem ini juga memangkas beberapa proses yang harus dilalui oleh offset printing seperti pembuatan film separasi dan plat cetak, hingga workflow jauh lebih ringkas dan waktu cetaknya jauh lebih singkat. Secara sederhana digital printing memungkinkan personalisasi dalam sebuah karya cetak yang relative massal dengan kualitas produksi akhir bukan seperti dummy.

**2. Elemen – Elemen Desain**

a. Titik adalah bagian terkecil dari garis, karena pada dasarnya suatu garis dibentukoleh hubungan titik-titik yang sangat dekat. Sedangkan peranannya adalahsebagai berikut:- Sebagai pembentuk gambar- Sebagai unsur nada/raster.

b. Garis Merupakan dasar yang dapat dibentuk untuk membuat huruf, grafik dan elemen grafis lainnya. Terdapat empat macam bentuk garis yaitu vertikal, horizontal, diagonal dan kurva. Garis akan mempunyai banyak fungsi apabila keempatmacam garis diatas dipadukan, mempunyai peran:

- Sebagai pembentuk gambar

- Sebagai unsur penekanan

c. Bentuk Merupakan suatu wujud yang menempati ruang yang biasanya mempunyaidimensi dua atau tiga dimensi. Suatu bentuk dapat dibuat beraturan dansebaliknya. Terdapat dua bentuk:

- Bentuk alami

- Bentuk Geometris

d. Tekstur Merupakan keadaaan atau gambaran dari suatu permukaan benda atau bagiandarinya. Gambaran tekstur suatu permukaan benda atau bagian darinya.Gambaran tekstur suatu permukaan benda dapat dijadikan suatu yang menjadilatar belakang elemen-elemen grafis di suatu karya desain.

e. Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh di dalam membantumenjadikan komposisi suatu disain menjadi menarik perhatian.

Fungsi warna:

- Untuk menarik perhatian

- Lebih realistis

- Memberikan suatu penekanan pada elemen tertentu.

- Unsur psikologis.

**Prinsip Dasar Desain**

Prinsip dasar desain, sebagaimana terkait dengan pengunaan elemen-elemendesain seperti titik, garis, bentuk, warna dan tekstur, menyediakan panduan yangmembentuk komunikasi visual dan kemampuan untuk bermanuver dalam proses sebuahdesain.

Desain dua dimensi dimulai dengan suatu pemahaman tata letak, yaitu susunanelemen-elemen desain yang memiliki tujuan untuk membentuk komunikasi visual. Tujuan pokok tata letak adalah untuk menciptakan organisasi visual yang memuaskan, menstimulasi, menggugah pikiran dan nyaman bagi mata. Beberapatata letak mengikuti grid (kerangka kerja yang menyediakan sistem tetap untuk tataletak), sementara lainnya dipandu dengan menganalisis elemen-elemen desain danbagaimana fungsi setiap elemen dalam posisinya masing-masing. Langkah pertamamencapai tujuan tersebut yaitu memahami prinsip desain, bagaimana desaindipengaruhi oleh hubungan satu sama lain dan bagaimana pengaruhnya terhadapkomunikasi visual terhadap keseluruhan.

Media dapat diartikan sebagai sarana yang berupa unit jaringan kerja alat-alat guna kelancaran jalannya suatu proses kegiatan tertentu.

Media komunikasi dapat diartikan sebagai unit jaringan kerja alat-alat yang terlibat dalam proses komunikasi.

Media Humas (PR Media) adalah segala bentuk media (sarana/saluran/channel) yang digunakan oleh seorang praktisi humas dalam pekerjaannya dengan tujuan mempublikasikan secara luas dengan tujuan agar produk atau jasa yang humas pasarkan lebih dikenal oleh masyarakat.

Media humas lebih bersifat kepada publikasi dan komunikasi. Media komunikasi yang penting digunakan humas adalah dalam kemitraannya dengan media pers (cetak atau elektronik) yang dikenal dengan media relations (hubungan media) atau press relations (hubungan pers).

**Tujuan Media Humas**

1. Sarana promosi & media pemasaran

2. Komunikasi berkesinambungan

3. Tingkatkan kepercayaan publik

4. Tingkatkan citra perusahaan/organisasi

1. **MEDIA KOMUNIKASI**

Atas dasar pihak-pihak yang berkomunikasi:

 1. Media komunikasi antar persona atau media yang digunakan dalam komunikasi antar orang, seperti telepon, surat, telegraf, radiogram, telex, faximile, dsb.

 2. Media komunikasi massa atau media yang dipakai dalam kegiatan komunikasi massa, seperti surat kabar, radio, televisi ,dan film.

1. **JENIS MEDIA KOMUNIKASI**

Berdasarkan penggunannya antara lain :

1. Auditif (hanya bisa didengarkan saja) atau disebut juga thespoken word.
2. Visual (hanya bisa dilihat saja) atau disebut juga the printed word.
3. Audio Visual(bisa dilihat sekaligus didengarkan suaranya.

Menyadari potensi yang dimiliki oleh media massa dalam menyebarkan iinformasi dan berita, maka diperlukan pemikiran tentang pemilihan media dan informasi, sehingga segala kegiatan promosi yang dilakukan oleh Humas benar-benar dapat dipubliasikan secara efektif efektif dan efisien.

Berikut jenis media yang seri digunakan oleh praktisi humas :

1. Media Cetak (jurnal inhouse, surat kabar, majalah, dll)

2. Online Media (website, blog, media sosial, email, dll)

3. Broadcasting Media (radio, televisi, dll)

4. Special Event (seminar, workshops, dll)

5. Outdoor Media - Media Luar Ruang (spanduk, papan reklame, poster, dll)

**Pemilihan Media**

Seperti yang telah diketahui di atas bahwasanya segala kegiatan yang dilakukan oleh humas agar dapat tercover dengan baik, maka diperlukan pemilihan media yang tepat, efektif dan efisien.

Berikut pemilihan media promosi berdasarkan kelebihannya.

1.Radio : Pada media radio, penyampaian gagasan yang sederhana dan mudah dimengerti merupakan salah satu andalannya, setelah itu segala macam koreksi dapat dilakukan secara langsung, mempunyai segmen pendengar tersendiri.

2.Televisi : Jangkauan dari televisi dapat diterima oleh masyarakat luas, sifatnya yang audio visual lebih menarik.

3.Surat kabar : Menjangkau semua lapisan masyarakat dan biayanya murah

4.Media Online : Hampir semua perusahaan saat ini sudah mengakrapkan diri dengan media online sifatnya yang trending, terutama media sosial & blog, menjangkau seluruh lapisan masyarakat bahkan menjangkau seluruh dunia (internasional), dapat diakses kapan dan di mana saja, terdokumentasi dan tidak banyak membutuhkan biaya bahkan gratis.

1. **SIFAT MEDIA**

Dalam kegiatan PR, komunikasi personal dapat dilaksanakan secara langsung berhadapan muka atau face to face, dan secara tidak langsung atau person to person.

1. **Media Auditif**

 Media auditif yang dapat digunakan untuk melaksanakan komunikasi antar persona dalam kegiatan PR antara lain

-Telepon

 - Radio Telepon: atau disebut juga radiogram.

 - Desas-desus

 - Pertemuan

**b. Media Visual**

Keuntungan dari media ini adalah dapat diperbanyak tanpa mengubah isi informasinya, dapat dipelajari setiap saat dengan tenang, dan dapat didokumentasikan.

 - Surat

 - Telegraf

 - Telex

 - Faksimile

Yang tergolong Media Visual yang dapat digunakan dalam kegiatan PR :

 - Surat Kabar

 - Booklet dan pamphlet

 - Foto

 - Grafik

 - Lukisan

 - Poster

 - Billboard

**c. Media Audio-Visual**

Kemajuan teknologi di bidang komunikasi memungkinkan perpaduan system telepon dengan televisi, sehingga dalam melakukan hubungan komunikasi antar perorangan tidak lagi hanya saling mendengar suara saja, melainkan juga saling melihat.

Berkembang juga komunikasi online dengan webcam, atau melalui teleconference.

**Referensi**

1. Rachmat Kriyantono, Ph.D., “Public Relations Writing Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat”, 2008, Jakarta : Prenadamedia Group
2. Bivins, Thomas H. 2008. Public Relations Writing. New Delhi: McGraw Hill
3. Gandariani, Titis. 2016. Public Relations Dan Kemampuan Menulis Press Release Sebagai Publisitas Korporat. Jurnal Lentera Komunikasi