



INTISARI

Laporan Akhir ini bertujuan untuk membahas profil Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kabupaten Karanganyar beserta peran *press release* sebagai alat pencitraan Kabupaten Karanganyar. Metode pengumpulan data dilakukan dalam dua metode. Metode pertama dilakukan melalui studi lapangan dengan melakukan wawancara dengan karyawan Seksi Pengelolaan Sumber Daya Komunikasi dan Informatika Diskominfo Kabupaten Karanganyar selama program magang pada bulan Januari hingga Maret 2019, dan juga mendistribusikan *Google Form Survey* kepada masyarakat di Kabupaten Karanganyar. Selain itu, penulis juga menggunakan studi pustaka dengan menggunakan buku, *e-book*, dan jurnal sebagai dasar teori dan melengkapi data dalam Laporan Akhir ini. Berdasarkan hasil penelitian, *press release* yang ada pada *website* Kabupaten Karanganyar memiliki beberapa peran yang bertujuan untuk meningkatkan pencitraan Kabupaten Karanganyar sendiri. *Press release* merupakan salah satu hasil tulisan *public relations* sebagai salah satu cara untuk memberikan informasi secara terinci mengenai peristiwa yang terjadi di Kabupaten Karanganyar, khususnya mengenai agenda Bupati. Informasi yang dimuat pada *press release* diharapkan akan membuat masyarakat di Kabupaten Karanganyar sadar terhadap informasi terbaru dari Kabupatennya. Selain itu, *press release* juga sebagai media untuk pencitraan yang menunjukkan sisi positif dari Kabupaten Karanganyar melalui kegiatan Bupati, seperti sarana untuk mempromosikan Kabupaten, membujuk masyarakat, dan menampung aspirasi masyarakat. *Press release* yang ada pada *website* dapat diakses oleh publik hanya dengan membuka menu berita pada *website* Kabupaten Karanganyar (www.karanganyarkab.go.id). Dengan kemudahan mengakses, *press release* diharapkan dapat menjadi *media* untuk meningkatkan pandangan positif masyarakat tentang Kabupaten Karanganyar.

Kata Kunci: Peran, Pencitraan, Website, Dinas Komunikasi dan Informasi, Kabupaten Karanganyar



ABSTRACT

This graduating paper aims to discuss the profile of *Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kabupaten Karanganyar* along with the roles as press release as a tool for image branding of *Kabupaten Karanganyar*. The method of data collection was carried out in two methods. The first method was done through field study by interviews with the employees of *Management Communication and Information Resource Sub Division of Diskominfo Kabupaten Karanganyar* during the internship program from January to March 2019, and distributing Google Form Survey to the people who live in *Kabupaten Karanganyar*. Besides, the writer also used library study by using books, e-books, and journals as a basic theory and completing data in this graduating paper. Based in the result, press release in the website have some roles to increase the image branding of *Kabupaten Karanganyar*. Press release is one of the writing result made by public relations to give the detail information about event that happened in *Kabupaten Karanganyar*, especially about the Regent agenda. The press release information expected will make society in *Kabupaten Karanganyar* aware about the news update from their regency. Furthermore, it is become a media for image branding which show a positive side of *Kabupaten Karanganyar* through the Regent activities, such as a tools for promotion, persuade public, and respond the society aspiration. Press Release in the website could be accessed by public in the *Berita* menu of the website (www.karanganyarkab.go.id). The accessibility of press release hopefully could be a media for increasing the positive point of view by public about *Kabupaten Karanganyar*.

Keywords: Role, Image Branding, Website, *Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Karanganyar*, *Kabupaten Karanganyar*