

## ABSTRAK

**Riza Jatnika:** Implementasi Teknik Penulisan Pesan Persuasif melalui Kegiatan *Public Relations Writing*

Siaran pers adalah salah satu media komunikasi yang digunakan humas untuk menyebarkan informasi resmi perusahaan, membentuk citra, serta mengubah audiens baik dari persepsi, sikap, atau perilakunya. PT Telkom Witel Bandung sebagai badan usaha memanfaatkan siaran pers untuk meningkatkan margin keuntungan perusahaan dan membentuk hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dengan publik.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami implementasi teknik penulisan pesan persuasif melalui kegiatan *public relations writing* berupa siaran pers yang dilakukan praktisi humas PT Telkom Witel Bandung, melalui konsep teknik komunikasi persuasif yaitu, teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik pengalihan.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, serta metode deskriptif. Data penelitian dikumpulkan melalui teknik observasi partisipatori pasif, wawancara, dan analisis dokumen siaran pers perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktisi humas PT Telkom Witel Bandung menerapkan empat dari lima teknik komunikasi persuasif dalam penulisan siaran pers perusahaan, yaitu teknik asosiasi dengan menyandarkan pesan bersama objek atau peristiwa populer untuk menuai *exposure*, teknik integrasi dengan melakukan penyesuaian rilis dan *positioning* perusahaan untuk menjalin kedekatan, teknik ganjaran dengan menawarkan dan menekankan manfaat bagi audiens untuk menarik partisipasi audiens, dan teknik tataan dengan menggunakan elemen visual dan penggunaan format serta struktur penulisan untuk memudahkan pembaca memahami pesan. Teknik pengalihan tidak terindikasi karena terkait dengan wewenang perusahaan.

**Kata Kunci:** *Public Relations Writing*, Siaran Pers, Teknik Komunikasi Persuasif

## ABSTRACT

**Riza Jatnika:** *Implementation of Persuasive Message Writing Techniques through Public Relations Writing Activities*

Press releases are one of the communication media used by public relations to disseminate official company information, build an image, and change the audience's perception, attitude, or behavior. PT Telkom Witel Bandung, as a business entity, utilizes press releases to increase the company's profit margins and establish mutually beneficial relationships between the company and the public.

This study aims to understand the implementation of persuasive message writing techniques through public relations writing activities in the form of press releases, conducted by public relations practitioners of PT Telkom Witel Bandung, using the concept of persuasive communication techniques, namely, the association technique, integration technique, pay-off technique, icing technique, and red-herring technique.

The research was conducted using a constructivist paradigm, a qualitative approach, and a descriptive method. Research data were collected through passive participatory observation techniques, in-depth interviews, and analysis of the company's press release documents.

Research results indicate that public relations practitioners of PT Telkom Witel Bandung implement four out of five persuasive communication techniques in the writing of the company's press releases, namely the association technique by attaching messages to popular objects or events to gain exposure, the integration technique by adjusting press releases and the company's positioning to build closeness, the reward technique by offering and emphasizing benefits to the audience to attract audience participation, and the arrangement technique by using visual elements and the use of format and writing structure to facilitate readers in understanding the message. The diversion technique was not indicated as it relates to the company's authority.

**Keywords:** *Public Relations Writing, Press Release, Persuasive Communication Techniques*