**Kuis Penulisan PR II 2022**

Dosen: Yuli Yulfinarsyah, M.Si

1. Pengakuan atau pun verifikasi seseorang atas kualitas suatu berita, kualitas orang maupun brand disebut sebagai:
	1. Third-party endorsement
	2. Propaganda
	3. Mission statement
	4. Credible source persons
	5. Semua salah
2. Memilih media perlu mempertimbangkan hal berikut:
	1. Kemampuan mengkomunikasikan pesan
	2. Kekuatan dampak pesan
	3. Biaya
	4. Ketepatan profile pembaca/pemirsa
	5. Semua benar
3. Penulisan PR yang paling sering dilakukan adalah:
4. Press Release
5. Advertorial
6. *Newsletter*
7. Naskah Pidato
8. *Public Service Announcement*
9. Pilihlah pernyataan tentang *Advertorial* di bawah ini:
10. Advertorial berasal dari kata “advertising” dan “editorial”
11. Advertorial efektif untuk penyampaian pesan PR yang lebih mendalam
12. Gaya tulisan advertorial mengadopsi tulisan jurnalistik
13. Penempatan Advertorial di paid media
14. Semua benar
15. Berikut adalah beberapa contoh tulisan PR, KECUALI:
16. *Newsletter*
17. Editorial
18. Press Release
19. Advertorial
20. *Public Service Announcement*
21. Publisitas sebagai salah satu output penulisan PR bisa dikategorikan ke dalam:
22. Free media
23. Paid media
24. Owned media
25. Earned media
26. Semua benar
27. Pilihah pernyataan berikut yang benar:
28. Press release efektif jika disampaikan melalui fax/email
29. Press conference tidak efektif untuk memperoleh publisitas
30. Press release efektif jika disampaikan melalui press conference
31. Press conference efektif untuk mempromosikan barang
32. Semua salah
33. Klasifikasi media massa secara umum adalah:
34. Online
35. Print
36. Broadcast
37. OOH (Out of Home)
38. Semua benar
39. Peran Penulis PR termasuk dalam kategori :
40. Pembuat Strategi (Strategist)
41. Communication Manager
42. Communication Technician
43. Communication Director
44. Semua salah
45. Berikut ini termasuk dalam Earned media:
	1. WOM (Word of Mouth)
	2. Publisitas
	3. Testimoni
	4. Third Party Endorsement
	5. Semua benar
46. Klasifikasi media massa sekarang dengan hadirnya media online/digital adalah:
47. Free Media
48. Owned media
49. Earned media
50. Paid Media
51. Jawaban a, b dan c benar
52. Perbedaaan Iklan dan publisitas yang paling mendasar adalah dalam hal:
53. Jangkauannya
54. Harga
55. Kontrol isi
56. Kredibilitasnya
57. Semua salah
58. Upaya PR yang berujung pada publisitas bisa dikategorikan sebagai:
59. Paid media
60. Owned media
61. Earned media
62. Free media
63. Semua benar
64. Satu perubahan yang signifikan dalam lingkungan media massa kini adalah:
	1. Radio satelit
	2. Jumlah media cetak
	3. Adanya TV kabel
	4. Kehadiran media sosial
	5. Semua salah
65. Berikut ini adalah bagian/isi dari media kit, KECUALI:
66. “White envelope”
67. Press release
68. Backgrounder
69. Fact-sheet
70. Foto produk atau pun foto CEO
71. Informasi tertulis sebagai latar belakang tentang suatu topik, organisasi atau seseorang, yang dimanfaatkan oleh wartawan maupun eksekutif adalah:
	1. News Release
	2. Naskah Pidato
	3. Backgrounder
	4. Fact-sheet
	5. Semua salah
72. Berikut ini adalah (purpose) tujuan dari penulisan, KECUALi:
	1. Persuasi
	2. Memberikan informasi
	3. Mencatat suatu peristiwa
	4. Mencari uang
	5. Menghibur
73. Dibawah ini yang merupakan tujuan pembuatan siaran pers:
	1. Memberitahu khalayak tentang perkembangan (progress).
	2. Memperkenalkan sesuatu yang baru.
	3. Meluruskan informasi yang mengandung kekeliruan atau ketidakjelasan.
	4. Membuat agar publik tetap tahu akan keberadaan suatu institusi, atau manjaga citra dan kredibilitas.
	5. Semua benar
74. Untuk menarik perhatian pembaca, ada beberapa aturan dasar yang biasa digunakan wartawan. Aturan tersebut juga berlaku ketika menulis siaran pers, KECUALI:
	1. Memilih judul yang positif (aktif)
	2. Paragraf pertama (*lead*) tajam dan ringkas;
	3. Gunakan pola piramida.
	4. Hindari kalimat panjang.
	5. Hindari istilah khusus dan penggunaan singkatan.
75. Penulisan press release layak muat apabila cara menulisnya seperti halnya wartawan menulis berita, yaitu:
76. Straight news
77. Bahasanya mudah dimengerti
78. Ada *Lead* (Teras berita)
79. Akurat
80. Semua benar
81. Apa yang dimaksud dengan Ghost Writter ?
	1. Penulis yang tak terlihat
	2. Penulis cerita hantu
	3. Penulis yang membuat tulisan atas nama atau untuk orang lain
	4. Penulis tentang biografi
	5. Semua salah
82. Meskipun semua press release yang dibuat PR memiliki format yang sama, sebenarnya memiliki perbedaan penekanan pada informasinya. Di bawah ini yang bukan merupakan bagian dari *press release* adalah:
	1. *Basic Press Release* mencakup berbagai informasi yang terdapat di dalam suatu organisasi/ perusahaan yang memiliki berbagai nilai berita untuk media lokal, regional atau pun nasional.
	2. *Information Release* mencakup berbagai informasi yang terdapat dalam suatu daerah yang mengandung nilai berita nasional ataupun internasional.
	3. *Product Release* mencakup transaksi tentang target suatu produk khusus atau produk reguler lainnya untuk suatu publikasi perdagangan di dalam suatu industri;
	4. *Financial Release* digunakan terutama dalam membina hubungan dengan pemegang saham.
	5. Semua benar
83. Semua *news release* harus mempunyai elemen seperti tersebut dibawah ini, kecuali :
	1. Date dan atau Embargo
	2. Contact
	3. Headline
	4. Letterhead
	5. Semua benar
84. Berikut adalah ciri-ciri dari *hard news*, kecuali :
	1. Mementingkan aktualitas
	2. Menggunakan piramida terbalik
	3. Kelengkapan isi berita (menggunakan 5W+1H)
	4. Panjang nya 100-200 kata
	5. Semua benar
85. Sebuah peristiwa bisa menjadi berita apabila memenuhi unsur unsur sebagai berikut:
	1. **Penting.** Suatu peristiwa diliput jika dianggap punya arti penting bagi mayoritas khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa.
	2. **Aktual.** Suatu peristiwa dianggap layak diliput jika baru terjadi.
	3. **Dekat (**proximity**).** Suatu peristiwa yang terjadi dekat dengan khalayak media, lebih layak diliput ketimbang peristiwa yang terjadi jauh dari mereka
	4. **Asas Keterkenalan (**prominence**).** Nama terkenal bisa menjadikan berita.
	5. **Semua benar.**
86. Judul adalah kalimat pertama yang dibaca dalam sebuah berita.“Nasib” berita selanjutnya sangat tergantung pada judul. Karena itu, judul harus memenuhi syarat di bawah ini kecuali :
	1. Menggambarkan isi berita
	2. Jelas, ringkas, mudah dimengerti
	3. Kalimat yang panjang
	4. Merangsang minat pembaca
	5. Tidak bombastis, “menipu”
87. Sebuah tulisan jurnalistik haruslah bersumber dari fakta, bukan opini atau asumsi reporter. Itu sebabnya, harus ada sumber berita yang jelas dan dapat dipercaya. Ada beberapa syarat sumber berita:
	1. Layak dipercaya, meski kelihatan mudah, harus jeli dan kritis ketika mengamati peristiwa atau kejadian dan siapa saja yang terlibat di dalamnya.
	2. Berwenang, artinya orang yang punya kekuasaan dan tanggung jawab terhadap masalah yang akan ditulis.
	3. Kompeten, artinya sumber berita tersebut layak untuk dimintai keterangannya.
	4. Orang yang berkaitan langsung dengan peristiwa, yaitu sumber berita yang memiliki hubungan, terpengaruh atau mempengaruhi peristiwa tersebut.
	5. Semua benar
88. Berikut ini adalah criteria dari sebuah peristiwa yang layak untuk dijadikan berita, Kecuali ?
	1. Proximity
	2. Human Interest
	3. Berskala kecil
	4. Prominance
	5. Novelty
89. Prinsip kerja dari wartawan adalah:
	1. Cover both sides
	2. Fair
	3. Memperhatikan kepetingan publik
	4. Mendahulukan press release yang masuk
	5. a, b, dan c benar.
90. Kriteria sebuah headline yang baik adalah:
	1. Terdiri dari 3 kalimat atau maksimal empat kalimat
	2. Terdiri dari subjek, predikat dan objek.
	3. Terdiri dari 3 kata atau maksimal 4 kata.
	4. b dan c benar
	5. a dan b benar
91. Apa yang dimaksud dengan Fact Sheet ?
	1. Lembar isian untuk wartawan
	2. Ringkasan dari pemberitaan yang dimuat oleh media
	3. Informasi yang lebih jauh tentang produk atau perusahaan.
	4. Profil perusahaan
	5. Tulisan yang berisikan tentang pertanyaan dan jawaban
92. Elemen pada News release berisikan hal-hal sebagai berikut, KECUALI:
	1. Tempat dan tanggal
	2. Contact person
	3. Headline
	4. Q & A (question and answers)
	5. Dibuat di kop surat (Letter Head)
93. Apa yang dimaksud dengan embargo ?
	1. Pemuatan mohon ditunda sampai dengan tanggal yang tertera di press release.
	2. Release disebarkan setelah tanggal yang tertera pada press release.
	3. Release tidak jadi dimuat karena sudah lewat masa berlakunya.
	4. Release tidak sesuai dengan news value.
	5. Semua jawaban salah.
94. Contoh Advertorial di TV adalah:
	1. Iklan komersial
	2. Iklan layanan masyarakat
	3. Info niaga
	4. B dan C benar
	5. Semua salah
95. Mengapa di dalam menulis press release kita menggunakan bahasa orang ketiga?
96. Agar lebih menarik perhatian.
97. Agar mudah dimengerti oleh khalayak
98. Karena khalayak menyukainya
99. Agar lebih kredibel
100. a, b, dan c benar.

1. Pada media Televisi biasanya tidak akan meliput/mengambil gambar seperti dibawah ini, KECUALI:
	1. Talking head (interview seseorang)
	2. Iklan terselubung
	3. Situasi konfrensi press
	4. Merek (brand)
	5. Semua salah
2. Di dalam menulis news release harus memperhatikan kepentingan:
3. Publik
4. Organisasi /Perusahaan
5. Media
6. a, b dan c benar
7. a dan b benar
8. “ Media massa dianggap mempunyai kekuatan yang luar biasa sehingga khalayak tidak mampu membendung informasi yang dilancarkannya dan khalayak dianggap pasif, hanya menerima begitu saja semua pesan yang disampaikan media massa” merupakan teori:
9. Spiral of silence
10. Cultivation theory
11. Hypodermic needles theory
12. Agenda setting
13. Two – step flow theory
14. “Pesan media dipahami terlebih dahulu, dianalisis, diinterpretasikan dan kemudian dikemukakan oleh opinion leaders” merupakan pengertian dari teori:
15. Two – step flow theory
16. Uses and gratification theory
17. Cultivation theory
18. Agenda setting
19. Hypodermic needles theory
20. Berikut ini merupakan “ 7 peraturan dasar dalam menyampaikan pesan yang efektif, KECUALI:
	1. Pengulangan pesan secara konsisten
	2. Kejelasan pokok – pokok isi pesan
	3. Menggunakan biaya yang mahal
	4. Menarik perhatian, baik logo atau slogan
	5. Mampu menciptakan rasa pecaya
21. Berikut ini merupakan beberapa kategori nilai berita (news value), KECUALI:
	1. Novelty (Baru)
	2. Proximity (kedekatan jarak)
	3. Accurate (akurat)
	4. Terdapat unsur 5 W + 1 H
	5. Significant (penting)
22. Pengguna akhir (end-user) dari informasi/komunikasi anda, orang-orang yang akan dipengaruhi lewat tulisan anda, adalah:
	1. Target Market
	2. Target Audience
	3. Pembaca iklan
	4. Dealer
	5. Semua salah
23. Informasi yang memiliki dampak langsung pada audience adalah:
	1. Soft news
	2. Hard news
	3. Feature
	4. Advertorial
	5. Semua salah
24. “Iinformasi di luar kendali PR, kendali ada di media massa baik menyangkut isi, gaya, penempatan, maupun pengaturan waktu tayang” merupakan pengertian:
	1. Penulisan public relation
	2. Penulisan Features
	3. Controlled information
	4. Uncontrolled information
	5. Speech writing
25. “Dalam sebuah media massa, semakin isinya dapat dikontrol/dikendalikan oleh pihak luar, maka media tersebut semakin tidak ...............”
	1. Baik
	2. Independen
	3. Kredibel
	4. Berpengalaman
	5. Semua salah
26. Sudut pandang tulisan wartawan yang berbeda-beda dalam menulis suatu peristiwa yang sama, disebut:
	1. Perspektif
	2. Alur
	3. Piramida terbalik
	4. *Angle*
	5. Semua salah
27. Advertorial merupakan akronim dari “Advertising dan Editorial”. Apa yang dimaksud dengan “Advertising” dalam Advertorial?
	1. Bahasanya seperti iklan
	2. Penempatannya menggunakan ruang iklan
	3. Penulisnya menrupakan orang iklan
	4. Isinya merupakan iklan
	5. Semua salah

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_