DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH — v

PENGANTAR:
MENJADI PRIBADI KREATIF DALAM DUNIA KOMUNIKASI
YANG DINAMIS —vii

1. MELAYANI KEPENTINGAN PEMBACA: SENI MENULIS BERITA — 1
 - BERITA DEWASA INI — 1
 - APA ITU BERITA? — 4
 - NILAI BERITA DAN LAYAK BERITA — 7
 - Dari Perspektif Surat Kabar — 7
 - Dari Perspektif Majalah — 7
 - Dari Perspektif *Broadcast* — 8
 - FORMULA DASAR PENULISAN BERITA — 8
 - Formula ABC: Persyaratan Dasar — 8
 - Akurasi, Akurasi, Akurasi! — 9
 - Lakukan Konfirmasi — 10
 - Pengamatan Langsung — 10
 - MENULISLAH UNTUK PEMBACA, BUKAN UNTUK DIRI SENDIRI! — 11
 - STRUKTUR KISAH BERITA — 13
 - TAHAP-TAHAP PENULISAN BERITA — 14
 - Menentukan *Angle* — 15
 - Nukilan Media-Berita: Jazz dan Publik yang Wangi — 16
 - Nukilan Media-Berita: Mas Kawinnya Bibit Tanaman — 18
 - Membuat Judul — 19
 - Membuat Intro atau *Lead* — 19
 - Macam-Macam *Lead* — 20
 - Lead* 5W+IH — 20
 - Lead* "Hard News" dan *Lead* "Soft News" — 21
 - 9 *Lead* Berita di Media Cetak — 22
 - Contoh-contoh Penulisan *Lead* — 23
 - Panduan Penulisan *Lead* — 25
 - Menutup Berita — 25
 - MENGEMBANGKAN KISAH BERITA — 25
 - Struktur Kisah Berunsur-Tunggal — 26
 - Formula WHAT — 27

- Susunan Kronologis — 27
 Struktur Segitiga atau Piramida Terbalik — 28
 Struktur Jam Pasir — 29
 Rangkaian Piramida Terbalik di dalam Piramida Terbalik — 30
2. **MELUKISKAN POTRET KEHIDUPAN: SENI BIOGRAFI DAN PROFIL — 33**
 BIOGRAFI, AUTOBIOGRAFI, DAN PSIKOBIOGRAFI — 34
 Kisah Hidup Sosok yang Nyata — 35
 Lukisan Potret Kehidupan — 36
 Biografi sebagai Konstruksi Sosial — 37
 STUDI BIOGRAFI — 39
 FUNGSI BIOGRAFI — 41
 SYARAT PENULISAN BIOGRAFI YANG BAIK — 42
 GAYA PENYAJIAN BIOGRAFI — 44
 POTRET BIOGRAFI DI INDONESIA — 46
 Biografi, Kecap Bikin Sendiri? — 47
 PROFIL: MINIDRAMA KEHIDUPAN — 50
 Tipe-tipe Profil — 50
 Unsur-unsur Profil — 51
 Nukilan Media-Profil: Tiger Woods: Suryopratomo — 52
 MEMOAR DAN OBITUARI — 54
 Nukilan Media: Obituari
 Perjalanan Romo yang Bijak: Abdurrahman Wahid — 56
3. **MERANGKAI KATA DENGAN RASA: SENI PUBLIC RELATIONS: — 59**
 STRATEGI PR : CONTOH KASUS MUTAKHIR — 60
 Kasus Pertama: Kisah dalam Dunia Film — 60
 Kasus Kedua: Kisah dalam Dunia Nyata — 61
 APA ITU *PUBLIC RELATIONS*? — 63
 AKTIVITAS DAN FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* — 67
 TEKNIK DAN SARANA *PUBLIC RELATIONS* — 69
 Press release atau *News release* — 70
 Feature release — 70
 Video news release — 70
 Artikel — 70
 Press kit atau *Media kit* — 71
 Surat-menyurat langsung — 71

- Brosur — 71
- Pidato dan presentasi atau kontak tatap-muka dalam suatu *event*. —71
- Publikasi khusus — 71
- Website atau Weblog — 72
- Wawancara atau *Talkshow* — 72
- Acara khusus (*Special event*) —73
- Sponsorship* korporat — 73
- Pengumuman layanan publik (*Public service announcements [PSA]*) —73
- Periklanan citra — 73
- MENULIS KREATIF DALAM DUNIA *PUBLIC RELATIONS* — 75
- TULISAN YANG EFEKTIF UNTUK *PUBLIC RELATIONS* — 76
 - Nukilan Media-*Feature News*:
 - SMRE dan TV7 Bantu Korban Wagub: Belum Punya IMB — 78
- 4. **MERANCANG *PRESS RELEASE* YANG EFEKTIF: SENI BERKOMUNIKASI DENGAN PUBLIK** — 81
 - APA ITU *PRESS RELEASE*? — 82
 - PENULISAN *PRESS RELEASE* — 82
 - UNSUR-UNSUR PENTING *PRESS RELEASE* — 83
 - FORMAT UMUM *PRESS RELEASE* — 85
 - PENYEBARAN *PRESS RELEASE* — 90
- 5. **MENJADI PEMBICARA YANG ANDAL: SENI BERPIDATO DAN PRESENTASI** — 91
 - APA ITU *SPEECHOPHOBIA*? — 92
 - TIPE-TIPE PIDATO — 95
 - PENYAJIAN PIDATO — 97
 - Format Penyajian Pidato — 98
 - Unsur Suara, Penampilan dan Fisik — 99
 - LANGKAH-LANGKAH PERSIAPAN — 100
 - Pertimbangkan Khalayak Anda —101
 - Susunlah Isi Presentasi Anda —102
 - Tingkatkan Pidato Anda —102
 - UNSUR DASAR ISI PIDATO —103
 - AWAL YANG MEMIKAT, AKHIR YANG MENGESANKAN — 105
 - CARA MENJAWAB PERTANYAAN — 106
 - SENI MENGHADAPI SENGAT KRITIK — 107

- MENYIAPKAN PIDATO INFORMATIF — 109
 Outline Pidato Informatif — 111
 Menulis Naskah untuk *Public Speaking* — 112
 PEMBICARA TERBAIK DAN PEMBICARA TERBURUK — 113
6. **MERANCANG IKLAN YANG MENARIK:
 SENI DAN KREATIVITAS DALAM MENULIS — 123**
 APA ITU IKLAN? — 127
 MACAM-MACAM IKLAN — 129
 ANEKA DAYA TARIK TEMA IKLAN — 130
 Fungsi Iklan — 131
 Fungsi Nyata — 132
 Fungsi Tersembunyi — 132
 TUJUAN PERIKLANAN DI ERA INFORMASI — 133
 MENULIS KREATIF DALAM BIDANG PERIKLANAN — 133
 MENENTUKAN MEDIA YANG TEPAT — 135
 MENENTUKAN KHALAYAK SASARAN — 136
 MEMBUAT *COPY PLATFORM* DAN *COPY SHEET* — 139
 MERANCANG NASKAH IKLAN YANG EFEKTIF — 141
 UNSUR-UNSUR IKLAN UNTUK MEDIA CETAK — 142
 UNSUR-UNSUR IKLAN UNTUK *BROADCAST* — 144
 PENULISAN NASKAH IKLAN YANG EFEKTIF — 144
 UNSUR-UNSUR STRATEGI PERIKLANAN YANG BAIK — 146
 ADVERTORIAL: IKLAN DENGAN FORMAT CERITA — 146
 Nukilan media: Advertorial — 150
7. **KREASI IKLAN DI INDONESIA: POTENSI DAN TANTANGAN
 KAUM MUDA — 151**
 PERKEMBANGAN IKLAN DI INDONESIA — 152
 IKLAN KREATIF DAN PRESTASI IKLAN INDONESIA — 155
 POTENSI KAUM MUDA — 159
 KECENDERUNGAN IKLAN DI INDONESIA — 160
 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB PUBLIK DALAM
 PERIKLANAN — 164
- BILBIOGRAFI — 167**
TENTANG PENULIS — 173