

Peran Press Release dalam Membangun Komunikasi Publik Program Makan Bergizi Gratis: Studi Kasus IPB University

Alfianis Syinta Dewi¹, Elza Dea Veriska², Marjam Desma Rahadhini³

^{1,2,3}Universitas Slamet Riyadi, Indonesia

E-mail: anisalfi66@gmail.com¹, elzadea739@gmail.com², rahadhinew@gmail.com³

Article History:

Received: 19 Juni 2026

Revised: 03 September 2026

Accepted: 10 September 2026

Keywords: *Press Release, Komunikasi Publik, Public Relations, Program Makan Bergizi Gratis, IPB University.*

Abstrak: *Press Release merupakan media komunikasi yang di gunakan oleh organisasi untuk menyampaikan informasi resmi kepada publik. Dalam komunikasi publik, media ini memiliki peran penting sebagai sarana penyebaran informasi mengenai program atau kebijakan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran Press Release dalam membangun komunikasi publik pada Program Makan Bergizi Gratis (MBG), dengan IPB University sebagai Pusat Unggulan Nasional Program MBG dijadikan studi kasus. Metode yang di gunakan adalah diskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui analisis dokumen, yaitu press release yang di terbitkan IPB University terkait Program MBG. Hasil penelitian menunjukan bahwa press release IPB University berfungsi sebagai media komunikasi resmi untuk menyampaikan informasi mengenai tujuan, manfaat, dan pelaksanaan Program MBG kepada masyarakat. Selain itu, press release tersebut berperan dalam membangun pemahaman publik mengenai kontribusi IPB University pada program tersebut. Peran tersebut sekaligus membentuk citra positif institusi dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap program pemerintah. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyimpulkan bahwa press release merupakan instrumen strategis Public Relations yang efektif dalam mendukung komunikasi publik dan penyebaran informasi kepada masyarakat.*

PENDAHULUAN

Press release merupakan media komunikasi yang di gunakan organisasi untuk menyampaikan informasi kepada media massa dan masyarakat, mencakup kegiatan, kebijakan, program, maupun pencapaian organisasi. Dalam konteks Public Relations, press release berfungsi sebagai sarana komunikasi resmi yang memungkinkan organisasi menyebarkan informasi secara cepat, akurat, dan dapat di percaya kepada publik. Siaran press di gunakan oleh Humas untuk menyampaikan informasi dalam bentuk berita yang di susun oleh bagian Public Relations. Suatu organisasi, kemudian di sampaikan kepada redaksi media massa, baik televisi, radio, media cetak, maupun media online, agar informasi yang sebelumnya belum diketahui publik dapat di

publikasikan dan layak di ketahui masyarakat luas (Minarni Tolapa, 2018).

Perkembangan teknologi informasi dan media digital telah meningkatkan kebutuhan akan komunikasi publik yang efektif. Organisasi di tuntut untuk bersikap terbuka dalam menyampaikan informasi agar masyarakat memperoleh fakta yang akurat dan kesalahpahaman dapat di cegah. Sejalan dengan hal tersebut, press release di pahami sebagai bentuk komunikasi tertulis yang di rancang untuk di berikan informasi kepada media massa serta melibatkan masyarakat umum mengenai suatu peristiwa atau pengumuman yang berkaitan dengan organisasi (Harsanto et al., 2024).

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas press release dari beragam sudut pandang. Press release di pandang sebagai salah satu media komunikasi yang di gunakan organisasi untuk menyampaikan informasi kepada publik secara resmi, sekaligus menjadi sarana untuk membangun citra positif, meningkatkan kredibilitas, dan memperkuat hubungan dengan publik (Ruslan, 2016). Selain itu, pemanfaatan press release juga di nilai dapat mendukung penyebaran informasi serta meningkatkan keterbukaan dalam suatu organisasi atau instansi (Yusalina, 2025). Berdasarkan kedua pandangan tersebut, press release memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi organisasi kepada publik.

Salah satu bentuk penerapan press release dalam komunikasi publik dapat di lihat pada Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang di jalankan perintah oleh pemerintah Indonesia. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas gizi anak serta mendukung upaya penurunan angka stunting di Indonesia. Dalam pelaksanaannya, IPB University di tunjuk sebagai Pusat Unggulan Nasional Program MBG karena memiliki kompetensi dan pengalaman di bidang pangan dan gizi. Melalui press release yang di terbitkan, IPB University menyampaikan informasi mengenai peran dan kontribusinya dalam mendukung program tersebut kepada masyarakat.

Program MBG menjadi perhatian publik karena berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan gizi anak dan penggunaan anggaran negara dalam jumlah signifikan. Berbagai tanggapan dan pertanyaan masyarakat terkait pelaksanaan, kualitas makanan, distribusi, serta efektivitas program menunjukan pentingnya komunikasi publik yang jelas dan terpercaya. Dalam konteks inilah press release berperan sebagai media komunikasi yang menyampaikan informasi resmi, sekaligus membangun pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap program pemerintah. Penelitian-penelitian terdahulu mengenai press release umumnya berfokus pada fungsinya sebagai alat penyebaran informasi organisasi dan sumber berita bagi media massa, misalnya dalam konteks perusahaan, instansi pemerintah daerah, atau lembaga pendidikan secara umum. Sebagian besar penelitian tersebut mengkaji aspek teknis penulisan press release, strategi distribusinya ke media, atau efektifitasnya dalam membentuk citra dan organisasi. Akan tetapi, kajian yang secara khusus mengeksplorasi peran press release dalam membangun komunikasi publik pada program pemerintah berskala nasional masih sangat terbatas. Lebih lanjut, belum di tentukan penelitian yang menganalisis bagaimana press release di gunakan untuk membentuk pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap Program MBG, khususnya melalui kontribusi IPB University sebagai Pusat Unggulan Nasional MBG.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap peran press release IPB University dalam membangun komunikasi publik Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya menempatkan press release sebagai sarana komunikasi internal organisasi atau strategi pencitraan, penelitian ini memandang press release sebagai instrumen komunikasi publik dalam program pemerintah yang bersifat nasional dan menyentuh kepentingan masyarakat luas. Secara khusus, penelitian ini mengkaji bagaimana press release berperan dalam menyampaikan informasi, membangun pemahaman, serta meningkatkan

kepercayaan masyarakat terhadap Program MBG melalui peran IPB University sebagai Pusat Unggulan Nasional.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran press release dalam membangun komunikasi publik pada Program Makan Bergizi Gratis (MBG) melalui studi kasus IPB University sebagai Pusat Unggulan Nasional Program (MBG).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu metode yang di gunakan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam berdasarkan data yang di peroleh dari objek penelitian (Sugiyono, 2017). Metode ini di pilih karena di nilai untuk menganalisis peran press release dalam membangun komunikasi publik pada Program Makan Bergizi Gratis (MBG).

Pendekatan yang di gunakan adalah studi kasus, dengan fokus pada press release IPB University sebagai Pusat Unggulan Nasional Program Makan Bergizi Gratis. Melalui kedekatan ini, penelitian berupaya memahami bagaimana press release di manfaatkan sebagai media komunikasi publik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Data utama penelitian berupa press release terkait Program MBG yang di publikasikan melalui website resmi IPB University. Data tersebut di kumpulkan melalui teknik dokumentasi , yakni dengan menelusuri, mengidentifikasi, dan mengumpulkan press release yang relevan dari website resmi IPB University. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data pendukung yang di peroleh melalui studi literatur, berupa identifikasi, pembacaan, dan pengkajian terhadap berbagai sumber referensi, seperti jurnal ilmiah, buku, dan publikasi lain yang relevan dengan topik press release, komunikasi publik, dan publik relations.

Data yang telah terkumpul kemudian di analisis dengan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, isi press release di pilih dan di kelompokkan berdasarkan tema yang relevan dengan komunikasi publik. Selanjutnya pada tahap penyajian data, temuan di deskripsikan secara sistematis. Berdasarkan hasil tersebut di tarik kesimpulan mengenai peran press releaase dalam membangun komunikasi pubik pada Program Makan Bergizi Gratis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis terhadap press release IPB University mengenai Program Makan Gizi Gratis (MBG) menunjukkan bahwa press release tersebut di gunakan sebagai media komunikasi publik untuk menyampaikan peran IPB University sebagai Pusat Unggulan Nasional Program (MBG). Informasi yang di sampaikan mencakup keterlibatan IPB University dalam penelitian, penyusunan menu bergizi, pendampingan pelaksanaan program, serta evaluasi program. Ringkasan temuan dari hasil analisis tersebut di sajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Temuan Analisis Press Release IPB University tentang Program MBG

Pesan yang disampaikan	Dukungan akademik dan ilmiah terhadap Program MBG
Tujuan Komunikasi	Menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai pelaksanaan program
Sasaran publik	Masyarakat umum, media massa, dan pemangku kepentingan
Dampak komunikasi	Meningkatkan pemahaman dan kepercayaan publik terhadap program

Press Release sebagai instrumen Komunikasi publik dalam program MBG

Press release yang di terbitkan IPB University mengenai Program Makan Bergizi Gratis menjalankan fungsi komunikasi publik yang bersifat informatif sekaligus strategis. Melalui dokumen resmi tersebut, institusi menyampaikan keterlibatannya dalam aspek penelitian, penyusunan menu bergizi, pendampingan pelaksanaan, serta evaluasi program kepada berbagai segmen publik termasuk masyarakat umum, media massa, dan pemangku kepentingan kebijakan. Penyajian yang sistematis dan berbasis bukti akademik menjadikan press release ini bukan sekedar pengumuman, melainkan dokumen komunikasi yang mencerminkan kapasitas kelembagaan (Kriyantono, 2021).

Kegiatan publik relations yang terencana dengan baik di nilai mampu membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan (Rochmaniah et al., 2022). Dalam konteks Program MBG, press release IPB University menempatkan isu gizi dan ketahanan pangan sebagai perhatian utama, sekaligus memperkuat legitimasi program di mata publik. Hal ini sejalan dengan fungsi humas yang mendorong komunikasi serasi antara organisasi dan publiknya melalui penyampaian informasi yang terencana dan dapat di pertanggung jawabkan (Ruslan, 2016).

Keberhasilan press release sebagai media komunikasi publik dalam program ini juga di tentukan oleh kesesuaian antara konten dan kebutuhan informasi kalayak. Pertanyaan masyarakat mengenai dasar ilmiah Program MBG Terjawab melalui informasi tentang kompetensi IPB University di bidang pangan dan gizi. Sejalan dengan hal tersebut, peran humas di gital pemerintah dalam menyediakan informasi inovatif kepada publik sangat tergantung pada ketetapan dan kejelasan konten yang di sajikan (Derivanti, 2022), dan prinsip yang sama berlaku pada press release institusional dalam mendukung kebijakan publik.

Press Release dalam Membangun Pemahaman Publik terhadap Kebijakan MBG

Temuan penelitian menunjukan bahwa press release IPB University tidak hanya menyampaikan informasi teknis, tetapi juga berperan aktif dalam membangun pemahaman publik terhadap tujuan dan manfaat Program Makan Bergizi Gratis sebagai kebijakan sosial. Fungsi edukatif ini penting mengingat Program MBG menyentuh ranah kebijakan publik yang bersifat lintas sektoral dan membutuhkan dukungan sosial yang luas agar implementasinya berjalan efektif (Harsanto et al., 2024).

Pengelolaan informasi publik yang transparan dan berbasis fakta terbukti dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap program pemerintah secara signifikan (Nugraha, Aat et al., 2022). Temuan tersebut relevan dengan kasus ini, di mana keterbukaan informasi yang di sajikan IPB University melalui press release berkontribusi pada pengurangan ketidakpastian publik mengenai pihak yang terlibat dalam Program MBG, peran masing masing pihak, serta cara program tersebut di jalankan.

Lebih lanjut, strategi komunikasi institusi pendidikan tinggi yang berorientasi pada kepentingan publik di nilai mampu memperkuat reputasi sekaligus membangun kepercayaan pemangku kepentingan eksternal . Prinsip ini tercermin dalam press release IPB University, di mana penyampaian informasi yang jelas dan terstruktur berfungsi sebagai jembatan antara wacana ilmiah dan pemahaman publik yang lebih luas terhadap kebijakan pangan nasional.

Selain itu, strategi Public Relations pengurus tinggi yang berorientasi pada kepentingan publik juga di nilai mampu mendukung pelaksanaan Tri Dharma sekaligus memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan eksternal (Hasanah & Rosandy, 2023). Prinsip tersebut tercermin dalam press release IPB University, dimana penyampaian informasi yang jelas dan terstruktur menjadi jembatan antara wacana ilmiah dan pemahaman publik yang lebih luas terhadap

pelaksanaan Program MBG.

Press Release sebagai Strategi Pembentukan Citra dan Kepercayaan Publik

Temuan penelitian ini berkaitan dengan peran press release dalam membangun citra kelembagaan IPB University, sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis. Publikasi mengenai penunjukan IPB University sebagai Pusat Unggulan Nasional (MBG) mencerminkan komitmen institusi dalam menerapkan keahlian akademiknya pada persoalan nyata yang di hadapi masyarakat, yaitu meningkatkan kualitas gizi anak usia sekolah (Soemirat & Ardianto, 2021).

Dari perspektif manajemen reputasi, press release yang mengaitkan nama institusi dengan program berskala nasional berkontribusi signifikan dalam memperkuat ekuitas merek kelembagaan. Reputasi organisasi di bangun melalui konsistensi antara tindakan nyata dan komunikasi publik yang di lakukan (Fombrun & van Riel, 2021). Dalam kasus ini, keterlibatan aktif IPB University dalam riset dan penyusunan menu bergizi yang di komunikasikan melalui press release menciptakan persepsi publik mengenai konsistensi antara visi akademik institusi dan kontribusi sosial nyatanya.

Kepercayaan publik terhadap Program MBG juga di perkuat oleh asosiasi program tersebut dengan institusi yang memiliki rekam jejak dan kompetensi yang di akui di bidang pangan dan gizi. Kehadiran institusi yang kredibel dalam komunikasi publik terbukti efektif meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program yang di jalankan (Isa & Wijaya, 2024). Temuan ini di perkuat oleh hasil penelitian lain yang menunjukkan bahwa strategi public relations yang terencana mampu membangun citra positif secara konsisten melalui media relations yang efektif (Putri & Wijaya, 2024).

Meskipun demikian, efektifitas press relations sebagai instrumen pembentukan kepercayaan tidak bersifat otomatis. Keterbukaan komunikasi organisasi melalui press release hanya akan berdampak optimal apabila konsisten dengan kinerja program di lapangan (Yusalina, 2025). Dalam konteks ini, press release berperan sebagai titik awal pembentukan press release yang perlu di jaga melalui transparansi dan akuntabilitas program secara berkelanjutan.

Press Release sebagai Instrumen Public Relations dalam Konteks Kebijakan Publik

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa press release menjalankan peran multidimensi dalam mendukung Program Makan Bergizi Gratis, sebagai media informasi yang menjembatani institusi akademik dengan publik luas, sebagai alat pembangunan pemahaman yang membantu masyarakat memahami konteks dan urgensi kebijakan pangan pemerintah serta sebagai instrumen strategis dalam pembentukan citra positif dan penguatan kepercayaan publik terhadap program.

Temuan ini memperluas pemahaman mengenai fungsi public relations dalam konteks kebijakan publik, dimana komunikasi kelembagaan tidak hanya berdampak pada reputasi organisasi yang bersangkutan tetapi juga berkontribusi pada legitimasi dan penerimaan sosial terhadap program pemerintah. Evaluasi komunikasi publik yang efektif harus mempertimbangkan dampak multidimensi pada pemahaman, sikap, dan kepercayaan publik (Macnamara, 2018). Suatu prinsip yang terbukti tercermin dalam pemanfaatan press release oleh IPB University dalam konteks Program MBG.

Press release yang sering di pandang sebagai alat komunikasi konvensional terbukti tetap relevan dan strategis dalam ekosistem informasi kontemporer khususnya ketika di susun secara sistematis, berbasis bukti, dan berorientasi kepada kepentingan publik. Keberhasilan strategi

komunikasi institusi pada akhirnya bergantung pada sejauh mana informasi yang di sampaikan mampu membangun relasi yang bermakna antara organisasi dan publiknya (Thacia & Setianto, 2023), dan press release IPB University mengenai Program MBG telah menunjukkan potensi tersebut secara nyata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat di simpulkan bahwa press release IPB University memiliki peran penting dalam membangun komunikasi publik pada Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Melalui dokumentasi tersebut, IPB University sebagai Pusat Unggulan Nasional Program MBG menyampaikan informasi kepada masyarakat secara jelas, terbuka, dan terpercaya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa press release tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi resmi, tetapi juga berperan dalam membangun pemahaman publik mengenai kontribusi IPB University. Selain itu, press release tersebut turut memperkuat citra positif institusi serta kepercayaan masyarakat terhadap program pemerintah

Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa press release dapat menjadi instrumen strategis Public Relations dalam mendukung komunikasi publik yang efektif, khususnya pada program pemerintah berskala nasional seperti MBG. Berdasarkan temuan tersebut, IPB University dan instansi terkait di sarankan untuk terus meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik secara berkelanjutan.

Penelitian ini masih terbatas pada analisis press release IPB University dalam periode tertentu, sehingga belum dapat menggambarkan keseluruhan strategi komunikasi publik Program MBG secara nasional. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya di sarankan untuk mengkaji prespeksi atau respons masyarakat terhadap press release tersebut agar di peroleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektifitas komunikasi publik dalam program ini.

DAFTAR REFERENSI

- Derivanti, A. (2022). The Role of Government Digital Public Relations in Providing Innovative Information to the Public. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 3(2), 165–170. <https://doi.org/10.37535/103003220227>
- Fombrun, C. J., & van Riel, C. B. M. (2021). *The Reputational Landscape*. Oxford University Press.
- Harsanto, Rahadhini, M. D., & Nur Wening. (2024). *PUBLIC RELATIONS: Pendekatan Strategik dan Teknologi Informasi*. Penerbit Indonesia Imaji.
- Hasanah, N., & Rosandy, T. (2023). Strategi Public Relations Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya Dalam Membangun Tri Dharma Perguruan Tinggi. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(6), 6987–6998.
- Isa, N. K., & Wijaya, L. S. (2024). Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Positif Pemerintah Kota Surakarta Melalui Media Relations. *Journal Media Public Relations*, 4(2), 85–96. <https://doi.org/10.37090/jmp.v4i2.1765>
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Publik Writing*. Kencana.
- Macnamara, J. (2018). *Evaluating public communication: Exploring new models, standards, and best practice*. Routledge.
- Minarni Tolapa. (2018). *PERAN PRESS RELEASE SEBAGAI BENTUK PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK DI BAGIAN HUMAS PEMERINTAH KOTA GORONTALO. VIII*, 1–14.
- Nugraha, Aat, R., Sjoraida, D. fatma, & Novianti, E. (2022). Analisis Strategi Humas Pemerintahan

-
- era Milenial dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286–310. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Putri, T. S., & Wijaya, L. S. (2024). Peran dan strategi public relations dalam membangun citra perusahaan perbankan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.2686>
- Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. M. B. (2022). *Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations*. Umsida Press.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi* (Edisi Revi). Rajawali Pers.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2021). *Dasar-Dasar Public Relations* (Edisi Revi). PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Thacia, S. A. P., & Setianto, Y. (2023). Strategi membangun citra di universitas swasta melalui media relations: Studi pada Humas Universitas Tarumanagara. *Prologia*, 7(2), 285–293. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21374>
- Yusalina, E. N. A. (2025). *Pemanfaatan Press Release dalam Penyebaran Informasi di Direktorat Jenderal Infrastruktur Digital Kementerian Komunikasi Digital*. 4(1), 181–189.