



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

Mario Tjandra

44210120052

Persepsi Wartawan Terhadap Aktivitas Media Relations PT. Frisian Flag Indonesia (Periode Juni 2014 - Maret 2015)

Jumlah halaman : 201 Halaman + Lampiran

ABSTRAKSI

Persepsi wartawan menjadi faktor penting untuk diketahui oleh praktisi *Public Relations* sebagai salah satu bahan evaluasi dari serangkaian aktivitas media relations yang telah dijalankan dan untuk mengukur apakah pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan kebutuhan dari para wartawan sehingga wartawan akan dengan senang hati memberitakannya kepada masyarakat luas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi dari media yang diwakili oleh wartawan baik media cetak dan online yang pernah berhubungan dengan PT. Frisian Flag Indonesia selama periode Juni 2014 sampai dengan Maret 2015. Kerangka teori yang digunakan adalah proses terbentuknya persepsi dalam konteks komunikasi dan psikologi komunikasi yaitu dari Dedy Mulyana dan Jallaludin Rahmat. Dengan menekankan pada pendekatan dimensi Pengetahuan, Perhatian, dan Penilaian untuk mengukur persepsi wartawan.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada para wartawan yang pernah berhubungan dengan PT. Frisian Flag Indonesia selama periode Juni 2014 sampai dengan Maret 2015. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah total sampling sebanyak 54 wartawan dari keseluruhan populasi wartawan yang pernah berhubungan dengan PT. Frisian Flag Indonesia selama periode Juni 2014 sampai dengan Maret 2015. Pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert.

Hasil penelitian Persepsi Media Terhadap Aktivitas Media Relations PT. Frisian Flag Indonesia selama periode Juni 2014 sampai dengan Maret 2015 adalah Wartawan memberikan persepsi Positif. Dengan total 87% atau sebanyak 47 responden.