

Universitas Mercu Buana – Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Eko Sujarwoto  
44211120059

Media Monitoring Pada Publikasi Produk Clinique Kosmetik  
Di Tiga Majalah Periode Januari – Juni 2013  
Jumlah Halaman: xiii + 148 halaman + 27 lampiran  
Bibliografi: 17 Acuan, Tahun 2003 – 2012

### ABSTRAKSI

Kegiatan PR semakin berkembang di perusahaan. Salah satunya adalah kegiatan *media relations*. Merupakan salah satu kegiatan *external* perusahaan yang berhubungan media, tujuannya adalah menjadikan perusahaan, produk barang maupun jasa dapat terpublikasi dengan baik sehingga dikenal dan diminati oleh khalayak, pembaca atau pengonsumsi media tersebut.

Peneliti akan memfokuskan pada pembahasan mengenai *media monitoring* terhadap kegiatan yang dijalankan oleh PR Clinique kosmetik, terhadap majalah Cosmopolitan, Elle dan Female, sehingga peneliti memperoleh hasil yaitu berbagai macam bentuk publistas produk Clinique di majalah tersebut.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kegiatan *media relations* apa saja yang sudah dilakukan oleh PR clinique, bagaimana cara melakukan kegiatan ini sehingga mendapatkan bentuk publikasi di majalah, sarta bagaimana hasil dari kegiatan *media relations* ini setelah dilakukan *media monitoring*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber, melakukan observasi terhadap objek yang diteliti yaitu klipng publikasi produk clinique di tiga majalah.

Hasil penelitian ini disimpulkan bagaimana sesungguhnya PR Clinique telah mendapatkan publikasi produk Clinique selama periode tersebut di tiga majalah. Dapat juga diketahui cara mempermudah mendapatkan publikasi di majalah-majalah tersebut yaitu dengan melakukan kegiatan *media relations* terhadap berbagai majalah, untuk mendapatkan ruang publikasi bagi produk Clinique, PR juga terus membangun hubungan baik dengan para editor majalah tersebut. Hasil publikasi tidaklah selalu sesuai harapan sehingga menuntut PR Clinique untuk terus menemukan cara-cara dalam melakukan kegiatan *media relations* ini khususnya dalam usaha mendapatkan publikasi bagi produk Clinique dengan *media monitoring*.