

Maria Christie B.F.L. (44209010114)

“Efektifitas *Media Entertainment* PR Hotel Borobudur Jakarta Terhadap Tingkat *Media Coverage* di Media Cetak”

xi halaman+ 5 bab (131 halaman) + 3 lampiran + 30 tabel

Abstraksi

Media massa mempunyai peranan yang kuat untuk membantu praktisi PR membangun *public awareness*. Melihat situasi tersebut, praktisi PR Hotel Borobudur Jakarta menyadari bahwa hubungan baik dengan rekan-rekan wartawan perlu dibina dan dijaga. Ketika melakukan pengamatan dari Oktober 2012 hingga Desember 2012 di Hotel Borobudur Jakarta, peneliti menemukan sesuatu yang baru dari cara PR menjalin hubungan baik dengan wartawan, yaitu *media entertainment*.

Media entertainment adalah salah satu kegiatan menjalin hubungan baik dengan media massa dengan memberikan hiburan kepada media massa. Misalnya dengan mengajak makan siang bersama, mengirimkan kue ulang tahun, dan sebagainya. Dalam pertemuan ini, PR dan wartawan mencoba menghapuskan batasan profesi. Komunikasi yang dilakukan pun berbentuk informal, suasana dibentuk senyaman mungkin.

Dasar dari *media entertainment* adalah *media relations*. Sehingga untuk menilai keberhasilan kegiatan ini peneliti mengacu kepada indikator suatu hubungan baik dengan wartawan yang diungkapkan oleh Jefkin, Rosady Ruslan dan Onong Uchjana. Bila disimpulkan dari tiga teori tersebut, keberhasilan suatu *media relations* ada pada ketika terjadi publisitas (*media coverage*). Ketika wartawan mengutamakan pemberitaan tentang perusahaan yang PR naungi, hal ini membuktikan adanya suatu hubungan baik antara PR dan wartawan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengevaluasi kegiatan *media entertainment* yang pernah berlangsung di Hotel Borobudur Jakarta pada bulan Oktober-Desember 2012. Tipe penelitian adalah kuantitatif. Hal yang ingin peneliti temukan adalah apakah kegiatan *media entertainment* yang selama ini diadakan mampu membantu PR menciptakan *media coverage* di media massa, khususnya dalam hal ini adalah media cetak (surat kabar dan majalah).

Setelah peneliti melakukan survey dengan menyebarkan kuesioner *on-line* kepada 64 responden yang pernah mengikuti *media entertainment* di Hotel Borobudur Jakarta, ditemukan bahwa *media entertainment* telah berlangsung efektif untuk menciptakan *media coverage* di media cetak. Hal ini dibuktikan dengan dari 64 responden, sebanyak 86 % diantaranya melakukan *media coverage* sesuai *media entertainment*.