

**MEDIA RELATION VISCOGAMA DALAM MENGOPTIMALKAN
PUBLISITAS *NEW WEEK FEST* DI KOTA PEKANBARU**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelara Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Oleh:

ANGGRI SYAHPUTRA
NIM. 12040313777

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAN DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Anggri Syahputra
 NIM : 12040313777
 Judul : *Media Relation Viscogama Dalam Mengoptimalkan Publisitas New Week Fest di Kota Pekanbaru*

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
 Tanggal : 02 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 02 Juli 2024



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Prof. Dr. Masduki, M. Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

Rohayati, M. I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji III,

Penguji IV,

Yantos, S. IP., M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Rusyda Fauzana, M. Si
NIP. 19840504 201903 2 011

2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Cipta Dilindungi Undang-Undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**MEDIA RELATION VISCOGAMA DALAM MENGOPTIMALKAN PUBLISISTAS
NEW WEEK FEST DI KOTA PEKANBARU**

Disusun Oleh:



ANGGRI SYAHPUTRA
NIM. 12040313777

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal: 20 Juni 2024

Pembimbing



Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19810816 202321 1 012

**Mengetahui,
Ketua Program Studi**



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Anggri Syahputra
NIM : 12040313777
Judul : Strategi *Media Relation* Viscogama dalam Mengoptimalkan Publisistas *New Week Festival* di Kota Pekanbaru

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 14 Maret 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, kamis 14 maret 142021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,


Dr. Sullianto, M. I. Kom
NIP. 198012302006041001


Suardi, M. I. Kom
NIP. 197809122014111003

1. Hak cipta milik UIN Suska Riau
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 3. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 4. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 5. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 20 Juni 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Anggri Syahputra
NIM : 12040313777
Judul Skripsi : Media Relation Viscogama Dalam Mengoptimalkan Publisitas New Week Fest di Kota Pekanbaru

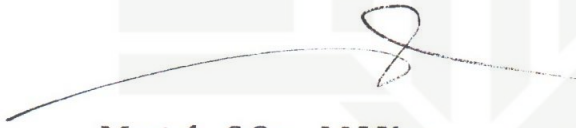
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,


Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19810816 202321 1 012

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,


Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggri Syahputra
 Nim : 12040313777
 Tempat/ Tanggal Lahir : Bukit Datuk, 14 Juni 2002
 Judul Skripsi : Media Relation Viscogama Dalam Mengoptimalkan
 Publisitas New Week Fest di Kota Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa menulis skripsi ini berdasarkan dari hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat dari karya orang lain, saya akan mencantumkan dengan sumber yang jelas.

Jika dalam pernyataan ini ada ketidakbenaran, maka saya menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 19 Juni 2024 Yang
 membuat pernyataan,



Anggri Syahputra
 NIM. 12040313777



ABSTRAK

Nama : Anggri Syahputra
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : *Media Relation* Viscogama dalam Mengoptimalkan Publisitas *New Week Fest* di Kota Pekanbaru

Media Relation adalah strategi atau upaya untuk memperoleh publikasi sebanyak mungkin dari pesan atau informasi humas dengan guna membangun pengetahuan dan pemahaman bagi audiens terkait organisasi tersebut. Media memegang peran penting sebagai sumber informasi publik. Dengan bantuan media, informasi dapat dengan cepat dan merata diteruskan kepada masyarakat. Hal tersebut kemudian dimanfaatkan oleh Viscogama dalam penyelenggaraan *New Week Fest*. Viscogama berhasil meraih audiens dari publikasi oleh 19 *media partner* yang telah dijalin kerjasamanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *media relation* Viscogama dalam mengoptimalkan publisitas dari kegiatan *New Week Fest* di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori dari buku Yosol Iriantara dimana terdapat tiga strategi *Media Relation*, yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Viscogama menerapkan strategi mengelola relasi diantaranya; Mengatur hubungan dengan media massa, membangun komunikasi yang efektif antara pihak-pihak yang terlibat, membuat tim media. Kemudian mengembangkan strategi; Mengelola dan meningkatkan konten humas untuk media massa, memanfaatkan segala jenis media untuk publikasi, menempatkan organisasi sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya oleh media massa, berkoordinasi secara terus-menerus dengan berbagai bagian di dalam instansi untuk selalu mendapatkan informasi yang terkini. Terakhir menerapkan strategi mengembangkan jaringan dengan cara menjalin *media partnership*.

Kata Kunci : *Media Relation, Publisitas, New Week Fest*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Anggri Syahputra
Major : Communication Science
Judul : Viscogama's Media Relations in Optimizing the Publicity of New Week Fest in Pekanbaru City

Media Relations is a strategy or effort to obtain as much publicity as possible from the message or information provided by the public relations department with the aim of building knowledge and understanding among the related audience of the organization. Media plays a crucial role as a source of public information. With the help of media, information can be quickly and widely disseminated to the public. This is then utilized by Viscogama in the organization of New Week Fest. Viscogama successfully reached an audience through publications by 19 media partners with whom it has established partnerships. The purpose of this research is to understand how Viscogama's media relations optimize publicity from the New Week Fest activities in Pekanbaru. This research uses a descriptive qualitative method with data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. In this research, the author uses the theory from Yosol Iriantara's book, which includes three media relations strategies: managing relationships, developing strategies, and developing networks. The results of this research show that Viscogama applies the relationship management strategy, including; managing relationships with mass media, building effective communication among involved parties, creating a media team. Then, developing strategies; managing and increasing content for mass media, utilizing all types of media for publication, positioning the organization as a credible source of information for mass media, coordinating continuously with various parts within the institution to always obtain the latest information. Finally, developing networks by establishing media partnerships.

Keyword: *Media Relation, Publicity, New Week Fest*



KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah Robbil'aalaamiin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang mana atas rahmat dan nikmat-Nya yang telah memberikan kesehatan serta kemudahan jalan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan tugas akhir perkuliahan ini. Sholawat dan salam tak lupa akan selalu dihadiahkan kepada junjungan serta baginda besar umat Muslim, Nabi Muhammad SAW yang mana telah membawa peradaban manusia dari zaman kegelapan hingga sampai ke zaman terang benderang yang diridhoi Allah SWT.

Alhamdulillah pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi atau tugas akhir ini dengan judul "**Media Relation Viscogama Dalam Mengoptimalkan Publisitas New Week Fest di Kota Pekanbaru**". Skripsi atau tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari begitu banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan do'a, dukungan, bimbingan, uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis. Terutama kepada kedua orang tua penulis. Ayahanda **Suriadi** dan Ibunda **Warini** yang tidak pernah berhenti menyayangi, mendoakan, merawat dengan baik, memberikan semangat, nasehat dan tentunya mendukung penuh apapun pilihan penulis dari dulu sampai sekarang. Berkat cinta dan dorongan Bapak dan Ibu, penulis mampu untuk menyelesaikan perkuliahan ini hingga selesai. Pada kesempatan ini juga, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag., Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, Wakil Rektor III Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.A selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si (PLT) selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 7. Bapak Artis, M.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 8. Ibu Mardhiah Rubani S.Ag., M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
 9. Bapak Mustafa, M.I.Kom selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah meberikan saran, kritik dan arahan serta bersedia meluangkan waktu selama proses penyelesaian skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
 10. Terimakasih kepada seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi yang mana telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis melalui perkuliahan. Dan juga terimakasih kepada seluruh staff dan karyawan yang telah bekerja keras dalam melayani kebutuhan dosen, mahasiswa dan pihak yang terkait.
 11. Terima kasih kepada seluruh anggota keluarga, Bapak Suriadi, Ibu Warini, Kakak Fitri Mala Sari, Abang Abdi Syahputra, Kakak Ipar Siti Aisyah, Abang Ipar Dedi Rusmawan yang telah memberikan banyak sekali dukungan baik dukungan batin maupun dukungan finansial yang sangat membantu penulis dari awal perkuliahan sampai dengan skripsi ini selesai.
 12. Terima kasih kepada teman teman dari Radio Suska FM, Kelas PR D, KKN Desa Sungai Dusun yang telah kebersamai penulis selama masa perkuliahan dan memberikan banyak kenangan serta pembelajaran yang berharga. Semoga kita semua sukses dunia dan akhirat.
 13. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang selama masa perkuliahan dan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih telah mengeksplorasi banyak hal dan belajar di setiap prosesnya.
 14. Dan terima kasih untuk seluruh pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang tentunya telah banyak membantu, memberikan dukungan, dan hal-hal baik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
- Akhir kata, semoga tugas akhir atau skripsi ini dapat memberi banyak manfaat kepada semua kalangan yang membutuhkan dan dipergunakan dengan sebaik-baiknya. Amiin Ya rabbal alamiin.

Pekanbaru, 18 Juni 2024
Penulis

ANGGRI SYAHPUTRA
NIM. 12040313777



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Istilah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Konsep Operasional.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.3 Sumber Data Penelitian	22
3.4 Informan Penelitian	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Validitas Data.....	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	26
4.1 Gambaran Umum Viscogama.....	26
4.2 Gambaran Umum <i>New Week Fest</i>	26
4.3 Visi, Misi dan Tujuan <i>New Week Fest</i>	28
4.4 Susunan Kepanitiaan Viscogama.....	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
	5.1 Hasil Penelitian.....	30
	5.2 Pembahasan	53
BAB VI	PENUTUP	63
	6.1 Kesimpulan.....	63
	6.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		





Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4. 1	New Week Fest Hari Pertama	27
Gambar 4. 2	New Week Fest Hari Kedua	27
Gambar 4. 3	Publikasi New Week Fest di Berbagai Macam Media.....	28
Gambar 4. 4	Bagan Susunan Kepanitiaan Viscogama	29
Gambar 5. 1	Publikasi New Week Fest oleh Suska FM di Instagram ...	40
Gambar 5. 2	Publikasi New Week Fest oleh Suska FM di Radio.....	40
Gambar 5. 3	Publikasi New Week Fest oleh Suska FM di Website.....	40
Gambar 5. 4	Media partner Viscogama.....	47
Gambar 5. 5	Media partner Viscogama.....	48
Gambar 5. 6	Media partner Viscogama.....	48
Gambar 5. 7	Dokumentasi media partner oleh Alterego Creativeworks	49
Gambar 5. 8	Dokumentasi media partner oleh Riau Konser	49
Gambar 5. 9	Dokumentasi media partner oleh Angkringan Musik	49
Gambar 5. 10	Publikasi media partner oleh Formadiksi UNRI.....	50
Gambar 5. 11	Publikasi media partner oleh Radio Gress FM Pekanbaru	50
Gambar 5. 12	Publikasi media partner oleh CBA UNRI	50
Gambar 5. 13	Publikasi media partner oleh Pkucity.....	51
Gambar 5. 14	Publikasi media partner oleh suka Riau TV.....	51
Gambar 5. 15	Publikasi media partner olehKejar Mimpi	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam melaksanakan aktivitasnya, manusia tidak terlepas dari proses komunikasi. Komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia di berbagai aspek, seperti di rumah, tempat kerja, pasar, dan tempat lainnya. Manusia tidak dapat menghindari proses komunikasi karena merupakan kebutuhan yang melekat dan penting bagi setiap individu. Proses komunikasi memungkinkan interaksi yang baik antar individu maupun antara individu dengan kelompok massa, serta berperan dalam memengaruhi perilaku, menyelesaikan permasalahan, dan menentukan keputusan. Oleh karena itu, kemampuan menjalankan proses komunikasi dengan baik sangat berpengaruh pada kelancaran berbagai aktivitas manusia. (Syafiruddin Akbar)

Pada proses komunikasi massa, media menjadi kebutuhan penting karena fungsinya sebagai sumber informasi. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi media massa melalui media cetak, elektronik, atau *online*, untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas yang anonim. Definisi ini menekankan pada sifat pesan yang disampaikan melalui media massa kepada khalayak yang luas, tanpa memperhatikan identitas individu penerima pesan. Para ahli seperti Bittner dan Lasswell telah memberikan kontribusi dalam mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*) (Ali Imran, 2012)

Kekuatan besar media massa terletak pada kemampuannya menyebarkan informasi kepada masyarakat. Media massa memegang peran penting sebagai sumber informasi publik. Dengan bantuan media massa, informasi dapat dengan cepat dan merata diteruskan kepada masyarakat. Jenis media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media *online* memiliki cakupan yang meluas dan dapat mencapai berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, media massa juga berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya kepada masyarakat, yang pada gilirannya dapat memengaruhi



pandangan dan sikap masyarakat terhadap suatu isu atau peristiwa.(Nur Emilsyah) Hal ini dapat menjadi peluang bagi seorang *public relation* yang memiliki peran sebagai penghubung antara organisasi dengan masyarakat luas. Semakin banyak kerjasama yang dibentuk dengan media oleh *public relation*, maka semakin luas jangkauan khalayak yang dapat diperoleh.

Hubungan antara media dengan organisasi melalui *public relation* ini disebut dengan *media relation*. *Media relation* adalah kegiatan komunikasi dalam bidang *public relation* atau humas yang bertujuan untuk membangun pemahaman dan hubungan yang baik dengan media massa. Tujuan utamanya adalah mencapai publikasi organisasi yang optimal dan seimbang (Wardhani, 2008). *Media relation* merupakan bagian integral dari tugas komunikasi yang melibatkan wartawan atau pers dalam berpartisipasi atau menjalin hubungan dengan suatu organisasi atau perusahaan. Keterlibatan ini kemudian dapat memengaruhi cara pesan disampaikan dalam komunikasi lebih luas, bertujuan untuk menjaga kesan positif terhadap organisasi atau perusahaan tersebut(Hermawan, 2020).

Diperlukan hubungan yang positif antara para praktisi Humas dan Pers agar pesan-pesan dari Humas dapat efektif disampaikan melalui media dan mencapai masyarakat secara luas (Erni Jurnita).*Media relation* dapat memanfaatkan dengan baik media massa maupun media sosial, yang saat ini terbukti efektif dan menyebar dengan cepat di kalangan masyarakat. Hal tersebut menjadi peluang untuk Perusahaan atau organisasi yang memiliki kebutuhan publikasi terhadap apa yang mereka produksi demi keuntungan Perusahaan, baik dalam bentuk citra positif maupun komersial.

Keterlibatan dengan media merupakan aspek krusial bagi suatu organisasi dalam menyampaikan informasi secara efisien kepada masyarakat. Ini memungkinkan adaptasi organisasi terhadap perkembangan teknologi yang cepat serta dinamika masyarakat. Penggunaan teknologi komunikasi melalui internet menjadi strategi utama dalam menjalankan kegiatan hubungan media, yang merupakan prinsip yang diadopsi oleh praktisi hubungan masyarakat dalam mempublikasikan profil dan kegiatan organisasi. Seleksi media yang tepat menjadi kunci dalam memastikan efektivitas penyebaran informasi serta mencapai audiens yang dituju. Hubungan baik dengan media membantu membangun dan memelihara citra positif organisasi, memfasilitasi hubungan dengan jurnalis serta outlet media yang pada akhirnya dapat meningkatkan cakupan liputan dan eksposur. Selain itu, hubungan media yang efektif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



turut membantu organisasi dalam mengelola dan merespons tantangan dari media, situasi krisis, serta persepsi publik (Mutia Dewi, 2012).

Hal tersebut kemudian diimplementasikan oleh Viscogama dalam penyelenggaraan kegiatannya yang telah sukses dilaksanakan pada desember 2022 tahun lalu, yaitu *New Week Fest*. Viscogama adalah komunitas mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Riau, Angkatan 2020, yang bertindak sebagai penyelenggara acara *New Week Fest*. Viscogama terdiri dari tiga konsentrasi dalam Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau, yakni Public Relations, Jurnalistik, dan Manajemen Komunikasi Media, dengan total 289 anggota. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Riau Angkatan 2020 memutuskan untuk menggabungkan semua kelas dan membentuk satu kepanitiaan yang kemudian dikenal sebagai Viscogama. Kegiatan ini merupakan bentuk kreativitas dalam bentuk seni yang dapat menjadi hiburan untuk Masyarakat dengan mengusung tema “*Youth Generation For Life Of Expression*”. *New Week Fest* telah diadakan selama dua hari, mulai dari tanggal 3 hingga 4 Desember 2022. Acara tersebut berlangsung di dua lokasi, yaitu di Taman Budaya Pekanbaru dengan menampilkan berbagai kesenian, mulai dari tari, nyanyi, puisi, dan juga teater. Pada hari kedua, acara dilangsungkan di Taman Wisata Alam Mayang, Kota Pekanbaru, dalam format konser musik. Acara ini menampilkan sejumlah artis lokal dan juga bintang tamu dari ibukota, termasuk Azmi Alkatiri dan grup band Fourtwnty.

Agar informasi mengenai kegiatan ini dapat tersampaikan secara luas ke Masyarakat, tentunya dibutuhkan pihak yang memiliki peran publisitasnya yang baik yaitu tidak lain adalah media massa. Melihat pada laman Instagram *New Week Fest* di @new.week.fest terdapat postingan khusus mengenai media partner dan disampaikan Viscogama telah berhasil menjalin media relation dengan total 19 media media partnership diantaranya adalah, Brosis Pku, Pku Kini, Radio Aditya FM Pekanbaru, PekanbaruEvent.com, Kejar Mimpi, Formadiksi Unri, CBA, Riau Konser, MUR, Danish Pro, Radio Suska FM Pekanbaru, Akun Berjualan, Pku Media, Alterego Creative Work, Saturn Studio, Angkringan Musik, Radio Gress FM Pekanbaru, Suska TV, RRI Pro 2 Pekanbaru. Ke-18 media partner ini melakukan publikasi mengenai kegiatan *New Week Fest* dengan jenis media yang beragam yaitu melalui social media, siaran radio dan media online. Berita yang dipublikasi tidak lain adalah merupakan promosi kegiatan *New Week Fest* dan juga dokumentasi dari kegiatannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterlibatan media sebagai mitra atau rekan kerja sangat penting dalam usaha menyebarkan informasi kepada masyarakat, baik dari internal maupun eksternal organisasi. Hal ini bertujuan untuk mencapai pemahaman yang baik dan menarik minat banyak orang terhadap kegiatan *New Week Fest*. *Media relation* bisa menjadi salah satu faktor dari kesuksesan acara terkait dari peran *media partner* yang melakukan publikasi terhadap acara tersebut. *Media partner* melakukan publikasi dalam bentuk berita dan informasi mengenai kegiatan *New Week Fest* melalui media massa dan internet. Semakin banyak publikasi yang dilakukan dari berbagai macam organisasi media yang dijalin melalui *media relation*, semakin banyak pula masyarakat yang tahu mengenai kegiatan ini dan kemudian menarik minat masyarakat untuk mengikuti kegiatan *New Week Fest*.

Menyadari signifikansi peran media massa dalam *New Week Festi*, *media relation* yang dilakukan oleh Viscogama menjadi menarik untuk diteliti. *Media relation* ini tidak hanya bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan media, tetapi juga untuk membangun kepercayaan di antara keduanya. Dengan demikian, aktivitas *media relation* ini dapat memperluas pemahaman bersama dalam menyampaikan informasi seputar *New Week Fest* kepada Masyarakat secara meluas. Dibutuhkan pelaksanaan *media relation* yang sesuai oleh seorang humas atau praktisi *public relation*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana Viscogama menjalankan *media relation* dalam mempromosikan kegiatan *New Week Fest*, yang kemudian dijadikan judul penelitian “*Media Relation Viscogama Dalam Mengoptimalkan Publisitas New Week Fest di Kota Pekanbaru*”

1.2 Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, penulis memberikan definisi jelas untuk setiap istilah yang digunakan, sebagai berikut:

1.2.1 Media Relation

Lesly (sebagaimana dijelaskan oleh Yosol Iriantara, 2011) menggambarkan *Media Relation* sebagai interaksi dengan media komunikasi guna menghasilkan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap suatu organisasi. *Media relation* pada prinsipnya terkait dengan memberikan informasi atau memberikan tanggapan kepada media berita atas nama organisasi atau klien. Karena terkait dengan media massa, beberapa menganggap bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media relation adalah fungsi yang spesifik dalam suatu kegiatan atau program PR.

1.2.2 Viscogama

Viscogama adalah mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Riau Angkatan 2020 sebagai penyelenggara acara New Week Fest. Viscogama terdiri dari 3 konsentrasi yang ada dalam jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau yaitu *public relations*, jurnalistik dan Manajemen Komunikasi Media dengan total jumlah anggota sebanyak 289 orang.

1.2.3 Publisitas

Publisitas merupakan cara bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi yang penting kepada masyarakat melalui media massa. Media massa sering kali mengangkat berita-berita publisitas karena lebih mudah dan ekonomis dibandingkan dengan pencarian informasi secara mandiri, yang memerlukan lebih banyak upaya dan biaya

1.2.4 New Week Fest

New Week Fest merupakan event yang diselenggarakan langsung oleh Viscogama dengan tujuan merealisasikan ide dan kreativitas. *New Week Fest* diselenggarakan selama dua hari berturut turut dengan dua bentuk kegiatan yang berbeda. Hari pertama diselenggarakan di Taman Budaya Pekanbaru pada tanggal 3 desember 2022 yang menyajikan penampilan berupa seni rupa maupun pertunjukan dan suguhan edukasi yang berupa talkshow. Di hari kedua pada tanggal 4 desember 2022 yang menjadi puncak acara *New Week Fest 2022* ini dilaksanakan dengan mengadakan konser musik

1.3 Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada informasi yang telah dijelaskan dalam latar belakang masalah, maka dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah *Media Relation Viscogama Dalam Mengoptimalkan Publisitas New Week Fest di Kota Pekanbaru?*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *media relation Viscogama* dalam mengoptimalkan publisitas dari kegiatan *New Week Fest*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, atau kontribusi sebagai berikut:

- a. Akademis
Sebagai Syarat untuk memperoleh Sarjana S1 (S,I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- b. Praktis
Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu atau membuka wawasan baru mengenai penerapan teori dalam *media relations*. Hal ini diharapkan dapat membantu dalam perencanaan dan pelaksanaan program. Selain itu, diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan menjadi kontribusi penting dalam bidang akademik, menjadi referensi atau literatur ilmiah bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait *media relation*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Ada beberapa kajian terdahulu yang memiliki kajian hampir sama dengan diteliti oleh penulis yaitu: Rini Tri Utami, Nanang Trenggono, Andy Corry Wardhani, Anna Gustina Zainal (Jurusan Komunikasi Fakultas Sosial Politik Universitas Lampung) ISSN: 2643-9875, Volume 06 Issue 12 December 2023 dengan judul penelitian: *Media Relation Strategies of the Finance Track Field of G20 Summit Publicity in Indonesia*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan hubungan media, melibatkan *press conference, press briefing, press tour, press release, special event, press luncheon, and press interviewing*, berhasil merefleksikan konsep *media relation*. Dengan demikian, publisitas yang dihasilkan dari rangkaian kegiatan tersebut dapat meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap Indonesia dalam tataran internasional. Selain itu, strategi hubungan media yang diimplementasikan untuk mendukung publisitas acara *G20 Finance Track* juga menegaskan bahwa menjalin hubungan media yang efektif sangat krusial dalam memperkuat citra organisasi di mata masyarakat.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti terletak pada bidang penelitiannya, penelitian tersebut Fokus pada bagaimana berbagai pihak terlibat dalam bidang keuangan G20 Summit menjalankan strategi hubungan media untuk mempublikasikan informasi terkait sedangkan penelitian ini lebih difokuskan pada dalam mengoptimalkan publisitas dalam konteks *New Week Fest* melalui *media relation* (Utami, Trenggono, Wardhani, & Zainal, 2023)

Kemudian penelitian yang pernah dilakukan oleh Almara Devaya Clara Putri, Heri Setyawan (Politeknik Negeri Jakarta) EISSN: 2775-7374, Vol 11, No 1 Desember 2022 dengan judul penelitian: "*Proses dan Aktivitas Penyebaran Informasi Oleh Media Relation Pada Event Honda Dbl 2021-2022*". Dalam penelitian ini disimpulkan Media sosial, media cetak, dan media elektronik dimanfaatkan sebagai platform promosi selama acara berlangsung. Kolaborasi dengan berbagai outlet media membantu dalam mendistribusikan informasi secara merata kepada publik. Namun, dampak negatif dari pandemi Covid-19 terlihat dalam penurunan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antusiasme penonton pertandingan, yang mengakibatkan menurunnya minat terhadap Honda DBL 2021-2022. Penelitian tersebut berfokus pada penyebaran informasi mengenai Event Honda Dbl 2021-2022, sedangkan penelitian ini berfokus pada optimalisasi publikasi kegiatan *New Week Fest* melalui *media relation*. (Devaya, Putri, & Setyawan, 2022)

Selanjutnya penelitian oleh Aditya Jaka Surya Saputra, Rahmawati Zulfiningrum E-ISSN: 2654-5497, P-ISSN: 2655- 1365, Volume 05, No. 02, Januari-Februari 2023 dengan judul penelitian: “*Strategi Media Relation Impala Network dalam Membangun Brand Awareness*”. Impala Network menerapkan beberapa strategi dalam mengelola hubungan dengan media, yang meliputi menyelenggarakan acara-acara berkualitas secara rutin untuk memperkuat kemitraan dengan media, memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk mengikuti tren pasar, mengadopsi metode dari mulut ke mulut, serta menegaskan posisinya sebagai pengembang ekosistem kreatif dan sebagai perusahaan terkemuka dalam industri kreatif di Kota Semarang dan Provinsi Jawa Tengah (Jaka, Saputra, & Zulfiningrum, 2023)

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian teliti terletak pada objek penelitian yang mana penelitian tersebut berfokus pada pemanfaatan media relation untuk membangun brand awarness. Sementara penelitian ini memiliki objek pada pemanfaatan *media relation* dalam mengoptimalkan publisitas pada kegiatan *New Week Fest*.

Kemudian penelitian oleh Lisa Rosalina, M. Syukron Anshori (Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teknologi Sumbawa) e-ISSN: 2986-2957; p-ISSN: 2986-3457, Vol.1, No.3 September 2023 berjudul: “*Analisis Aktivitas Media Relation Dalam Model Public Relations (Studi Kasus Pada Biro Humas Universitas Teknologi Sumbawa)*” Temuan penelitian mengindikasikan bahwa Biro Humas Universitas Teknologi Sumbawa menerapkan suatu model *public relation* yang menekankan pada penyediaan informasi yang bermutu kepada masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial. Hasil studi ini menyoroti bahwa dari keempat model hubungan masyarakat yang digunakan, model simetris dua arah dianggap sebagai yang paling efektif dalam mencapai hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik. (Rosalina, 2023)

Berbeda dengan penelitian peneliti, Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan analisis terhadap aktivitas *media relation* dalam implementasi praktik hubungan masyarakat yang dilakukan oleh Biro



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Humas Universitas Teknologi Sumbawa. Sedangkan penelitian peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *media relation* Viscogama dalam mengoptimalkan publisitas dari kegiatan *New Week Fest*.

Selanjutnya penelitian oleh Sahrial Maulana, Zuhriah (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) Vol. 07, No. 01, 2023 dengan judul: “**Strategi Media Relation Humas Dalam Membangun Reputasi Kampus (Studi Kasus Akademi Maritim)**” Penelitian yang dilakukan di Akademi Maritim Belawan menunjukkan adanya strategi relasi media yang terorganisir dan dapat diukur. Mereka berhasil menggunakan berbagai platform media, termasuk pers, media sosial, situs web, dan acara publik, sebagai sarana efektif untuk memperkuat citra positif kampus. Kerjasama dengan media massa terjadi untuk mempromosikan prestasi dan kegiatan kampus, dan hubungan positif dengan jurnalis dijaga melalui pertemuan media dan konferensi pers (Maulana, 2023).

Penelitian ini memiliki objek *media relation* yang memiliki tujuan untuk membangun reputasi kampus. Sedangkan penelitian peneliti meneliti objek *media relation* untuk tujuan optimalisasi publisitas.

Selanjutnya penelitian oleh Siti Sekar Ayu Fadillah, Dwi Kartikawati (Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional) P-ISSN: 2461-0836; E-ISSN: 2580-538X, Vol. 6, No. 2, Oktober 2020, dengan judul: “**Aktivitas Media Relation Konsultan Public Relation Media Buffet Dalam Membantu Pembentukan Citra Perusahaan Klien**” Media Buffet, sebuah firma konsultan PR, menggunakan *Media Relation* sebagai alat untuk membantu membentuk citra positif bagi PT Poxel, sebuah perusahaan startup digital yang memperkenalkan layanan *Same Day Delivery* di Indonesia. Melalui kegiatan *Media Relation*, Media Buffet menjalankan proses Pengenalan Media dan Pemeliharaan Hubungan, yang bertujuan untuk memperkuat hubungan yang saling menguntungkan antara Media Buffet, outlet media, dan PT Poxel. Keseluruhan aktivitas ini memberikan dampak positif terhadap tingkat kesadaran merek PT Poxel dan citra positif yang diterima oleh masyarakat (Sekar, Fadillah, & Kartikawati, 2020).

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian peneliti yang mana objek penelitian ini mengacu pada citra Perusahaan sedangkan penelitian peneliti fokus pada optimalisasi publisitas.

Penelitian selanjutnya oleh Syarifuddin Akbar (Balai Besar Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika Makassar) ISSN: 2721-6306, Vol. 2 No. 1 Juni 2021 berjudul:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“**Media Komunikasi Daalam Mendukung Penyebarluasan Informasi Penanggulangan Pandemi Covid-19**” Penelitian ini menyoroti peran krusial komunikasi massa dalam menanggapi beragam isu selama pandemi, menjadi sebuah alat pendidikan awal yang efisien untuk audiens yang lebih besar. Media massa, yang mencakup komunikasi massa dan media sosial, berperan kunci dalam menyebarkan informasi terkait bahaya *COVID-19*, mengenali gejala, dan mempromosikan langkah-langkah pencegahan. Pemanfaatan media massa, termasuk media cetak, komunikasi massa, dan media sosial, turut berkontribusi dalam menyebarkan informasi terkait penanganan pandemi *COVID-19* (Akbar, 2021)

Penekanan objek pada penelitian ini terletak pada pemanfaatan media komunikasi, sedangkan penelitian peneliti berobjek pada *media relation* untuk mengoptimalkan publisitas.

Selanjutnya terdapat penelitian dari Mayang Rizky Mauliashari, Dian Lestari Miharja, Baiq Vira Safitri (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram) E-ISSN: 2774-9371, Vol 3 No. 1, Hal 1-9 yang berjudul: “**Aktivitas Media Relation Humas Polda NTB Dalam Rangka Memperbaiki Citra Kepolisian**” Temuan dari penelitian mengindikasikan bahwa Divisi Hubungan Masyarakat Kepolisian Daerah Nusa Tenggara Barat (NTB) aktif terlibat dalam kegiatan hubungan media, seperti mengadakan konferensi pers untuk menginformasikan kasus-kasus kriminal yang menarik perhatian publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polda NTB terlibat dalam berbagai kegiatan *media relation*, termasuk mengirimkan siaran pers, menyelenggarakan konferensi pers, mengadakan media gathering, melakukan perjalanan pers, mengorganisir special events, menjalani wawancara khusus, dan berperan sebagai narasumber (Mauliashari, Lestari Miharja, & Safitri).

Penelitian ini berfokus pada perbaikan citra kepolisian melalui kegiatan *media relation*, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada optimalisasi publisitas acara melalui *media relation*.

Penelitian selanjutnya oleh Elpa Hermawan (Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta) P-ISSN 2477-3166 E-ISSN 2656-0771, JMK 5 (2) 2020 dengan judul: “**Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Membangun Media Relations**” Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menerapkan dua strategi media, yaitu POP (pra-acara, selama acara, pasca-acara) dan POSE (media berbayar,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media yang dimiliki, media sosial, endorser). Dua strategi ini melibatkan serangkaian kegiatan menarik dan telah terbukti efektif dalam menyampaikan informasi mengenai pariwisata Indonesia kepada masyarakat. Implementasi strategi media tersebut telah menghasilkan sejumlah penghargaan bagi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan juga meningkatkan minat wisatawan, baik yang berasal dari dalam negeri maupun internasional, untuk berkunjung ke Indonesia (Hermawan, 2020)

Penelitian tersebut memiliki variable independen yaitu *public relation*, sedangkan variable independen penelitian peneliti adalah *media relation*.

Kemudian terdapat penelitian oleh Fatimah, Ayu Erni Jurnita (Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo) VOL 1, NO 2, Agustus 2022 dengan judul: “**Strategi Public Relation Dalam Menjalin Hubungan Baik dengan Media Pelabuhan Indonesia Regional III**” Strategi PR yang diterapkan oleh PT Pelabuhan Indonesia Regional III melibatkan penyediaan informasi terbuka kepada media dan berkontribusi dalam menyebarkan berita positif tentang perusahaan kepada masyarakat dan pihak-pihak yang berkepentingan. Pendekatan ini difokuskan pada aspek pengenalan, transparansi, dan komunikasi yang bersifat tidak terbatas. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa PR PT Pelabuhan Indonesia Regional III memiliki keterlibatan yang kuat dengan media. Penelitian menggunakan model komunikasi hubungan masyarakat simetris dua arah, yang menekankan pada efektivitas komunikasi dan pembentukan hubungan yang positif antara berbagai pihak. PT Pelabuhan Indonesia Regional III juga secara aktif menyelenggarakan acara-acara penting untuk memelihara hubungan yang positif dengan media dan untuk meningkatkan keterlibatan dengan manajemen perusahaan (Erni Jurnita, 2022).

Penelitian tersebut berfokus pada kegiatan *public relation* PT Pelabuhan Indonesia Regional III dan strategi mereka dalam membangun hubungan positif dengan media. Sedangkan penelitian peneliti berfokus pada *media relation* untuk mengoptimalkan publisitas kegiatan *New Week Fest*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Landasan Teori

1. Media Relation

a. Pengertian *Media Relation*

Menarik untuk mencatat pernyataan yang dikemukakan oleh Winconsin – River Fall Averill (1997) mantan PRO Universitas Wisconsin bahwa *Media relations* hanyalah bagian dari *public relation*, namun ini bisa menjadi perangkat yang sangat penting dan efisien. Begitu kita bisa menyusun pesan yang bukan saja diterima tetapi juga dipandang penting oleh media local, maka kita sudah membuat langkah besar menuju keberhasilan program kita. Mengapa ungkapan itu menarik? Karena Averill menyamakan *media relation* dengan publisitas. Ringkasnya, *media relation* adalah publisitas (Yosal Iriantara, 2011).

Lesly (sebagaimana dijelaskan oleh Yosol Iriantara, 2011) menggambarkan *Media Relation* sebagai interaksi dengan media komunikasi guna menghasilkan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap suatu organisasi. Pendekatan Lesly lebih menekankan pada keuntungan yang diperoleh oleh organisasi dan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi dalam melaksanakan hubungan dengan media. Manfaat yang diakui dalam konteks ini adalah mendapatkan publisitas (Yosal Iriantara, 2011).

Penjelasan mengenai *media relation* menunjukkan keterkaitannya dalam membentuk konsep *media relation*. Pertama, *media relation* terhubung dengan media komunikasi. Media komunikasi ini dianggap penting karena berperan sebagai sarana yang efektif dan efisien dalam berkomunikasi dengan publik. Agar komunikasi dengan publik dapat dijaga, organisasi harus merespons segala kepentingan yang dimiliki oleh media massa terhadap organisasi. Hal ini bertujuan untuk mencapai keberhasilan program.

Kedua, *media relation* pada prinsipnya terkait dengan memberikan informasi atau memberikan tanggapan kepada media berita atas nama organisasi atau klien. Karena terkait dengan media massa, beberapa menganggap bahwa *media relation* adalah fungsi yang spesifik dalam suatu kegiatan atau program PR. Keistimewaannya terletak pada keterlibatan dengan media massa yang beroperasi di luar kendali organisasi untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi (Yosal Iriantara, 2011).



Pemahaman mengenai hubungan interpersonal atau *relationship* sangat penting dalam memahami teori komunikasi interpersonal. Para praktisi humas sering kali harus melakukan komunikasi interpersonal dan berinteraksi secara langsung dengan satu atau beberapa individu. Hal ini dikarenakan fungsi humas yang bertujuan untuk membentuk persepsi dan opini publik yang positif terhadap organisasi. Pekerjaan ini didorong oleh fakta bahwa organisasi sering kali menghadapi sorotan negatif dari masyarakat dan tekanan dari media massa yang melaporkan berita kritis tentang organisasi atau pemerintah, tanpa dasar data yang faktual atau bersifat objektif (Yosal Iriantara, 2011).

b. Tujuan *Media Relation*

Perusahaan yang mengimplementasikan *media relation* biasanya adalah perusahaan yang sangat menggantungkan diri pada dukungan media massa dalam upaya mencapai tujuan organisasi (Diah Wardhani, 2013). Lebih detailnya, tujuan dari *media relation* adalah:

- 1) Agar kegiatan dan langkah lembaga atau organisasi dapat diketahui secara luas, langkah yang baik adalah memperoleh publisitas yang melibatkan sebanyak mungkin orang.
- 2) Untuk mendapatkan perhatian dalam liputan media (berupa liputan, laporan, ulasan, judul yang sesuai, obyektif, dan seimbang).
- 3) Mendapatkan respons dari masyarakat tentang usaha dan kegiatan lembaga atau organisasi.
- 4) Melengkapi data atau informasi bagi pimpinan lembaga atau organisasi untuk keperluan penilaian yang akurat terkait situasi atau permasalahan yang dapat memengaruhi kesuksesan kegiatan perusahaan.
- 5) Menciptakan ikatan yang tetap dan berkesinambungan yang didasarkan pada saling kepercayaan dan saling menghormati.

Secara esensial, inisiatif *media relation* yang diimplementasikan oleh humas bertujuan untuk memelihara hubungan yang positif dengan pihak media massa. Wartawan adalah individu yang memiliki hak-hak yang patut dihargai dan dihormati. Oleh karena itu, menjalankan *media relation* atau membina hubungan dengan media melalui komunikasi yang manusiawi, empatik, dan saling menghormati akan meningkatkan kualitas hubungan antara wartawan, praktisi humas, dan organisasi secara keseluruhan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dengan melibatkan diri dalam kegiatan *media relation*, diharapkan hubungan antara organisasi dan media, yang dijumpai oleh humas dan wartawan, dapat menjadi lebih positif dan membaik. Dengan begitu, kedua belah pihak dapat merasakan manfaat dari *media relation*. Beberapa manfaat dari *media relation* antara lain adalah:

- 1) Menyusun pemahaman tentang kewajiban dan tanggung jawab organisasi serta media massa.
- 2) Menumbuhkan saling kepercayaan dengan prinsip menghormati dan menghargai kejujuran serta kepercayaan.
- 3) Pemberian atau perolehan informasi yang tepat, jujur, dan memberikan pencerahan bagi masyarakat.

Berdasarkan pendapat Soemirat dan Ardianto, kegiatan *media relation* dalam upaya membina hubungan baik dengan para awak media umumnya melibatkan langkah-langkah berikut (Elvinaro Ardianto, Lukiat Komala, & Siti Karlinah, 2017):

- a) *Press Conference*
Pemberian informasi secara serentak atau bersamaan oleh entitas pemerintah atau swasta kepada sekelompok wartawan, bahkan bisa mencakup ratusan wartawan sekaligus.
- b) *Press Briefing*
Penyampaian informasi yang diadakan secara rutin oleh pejabat humas. Dalam konteks ini, informasi-informasi tentang kegiatan yang baru saja terjadi diungkapkan kepada pers.
- c) *Press Release*
Penggunaan siaran pers sebagai sarana publisitas untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang dijalankan oleh organisasi.
- d) *Wawancara Pers*
Yang bersifat lebih personal atau individual. Humas yang menjadi narasumber hanya berinteraksi dengan wartawan yang terlibat dalam wawancara tersebut.
- e) *Special Event*
Suatu kegiatan humas yang istimewa, berperan penting, dan memuaskan banyak orang untuk berpartisipasi dalam suatu acara yang dapat meningkatkan pemahaman dan memenuhi preferensi politik.
- f) *Press Launcheon*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pejabat humas menyelenggarakan acara makan siang untuk para perwakilan media massa dan organisasi.

g) *Press Tour*

Kegiatan yang diorganisir oleh humas dengan tujuan mengunjungi suatu wilayah tertentu, melibatkan partisipasi dari media massa.

2. Strategi *Media Relation*

a) Mengelola Relasi

Mengelola hubungan yang baik dengan media menjadi krusial dalam mendukung aktivitas *Public Relation* (PR). Bahkan, dalam banyak organisasi, keberhasilan kegiatan PR sering diukur berdasarkan jumlah liputan yang diterbitkan oleh media massa. Hal ini diyakini karena melalui liputan media massa, informasi dapat disebarkan kepada publik yang menjadi target organisasi tersebut. Keyakinan semacam ini umum dijumpai di berbagai organisasi, sehingga setiap divisi PR dalam suatu organisasi biasanya memiliki staf yang secara rutin memantau liputan media untuk membuat klipings.

Jika informasi mengenai organisasi tersebut tampil dalam media cetak yang memiliki cakupan besar dan pengaruh nasional, hal tersebut dianggap lebih prestisius jika dibandingkan dengan publikasi di media lokal yang memiliki jangkauan yang lebih terbatas. Beberapa organisasi berupaya menjalin relasi pribadi dengan media melalui berbagai metode, seperti memberikan ucapan selamat ulang tahun atau mengirimkan kartu ucapan ulang tahun kepada wartawan. Terkadang, mereka juga mengirimkan hadiah Lebaran kepada wartawan (Yosal Iriantara, 2011).

b) Mengembangkan Strategi

Setelah hubungan dengan media massa terbentuk dan terjaga dengan baik, prasyarat untuk menerapkan strategi *media relation* dalam organisasi telah terpenuhi. Penting bagi kita untuk merancang strategi pelaksanaan *media relation* ini. Strategi ini pada dasarnya merupakan cara berkomunikasi dengan publik yang menjadi target utama dalam kegiatan komunikasi dan relasi organisasi melalui praktik *Public Relation* (PR), khususnya *media relation*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi pada dasarnya adalah kebijakan yang digunakan untuk mencapai tujuan, yang kemudian diperinci dalam berbagai taktik guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa menggambarkan strategi sebagai rencana yang menjelaskan metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, strategi *media relation* mencakup serangkaian kebijakan dan taktik yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan dalam kegiatan media relations, khususnya, dan *dalam Public Relation (PR)* secara umum, yang tentu saja diarahkan pada tujuan organisasi (Yosal Iriantara, 2011).

Berikut adalah taktik-taktik yang dikembangkan dari strategi suatu organisasi untuk mencapai tujuannya:

1. Melakukan pengembangan yang berkelanjutan terhadap metode PR khususnya untuk media massa.
 2. Memanfaatkan berbagai media yang tersedia untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat.
 3. Membentuk dan menjaga hubungan dengan media massa.
 4. Menempatkan organisasi sebagai sumber informasi terpercaya bagi media massa dalam suatu domain khusus, contohnya, dalam konteks produk yang ramah lingkungan.
 5. Menjadikan pimpinan organisasi sebagai juru bicara.
- c) Mengembangkan Jaringan

Istilah "jaringan" sering menjadi kunci penting dalam berbagai kegiatan. Pengembangan jaringan merupakan elemen pokok dalam praktik media relations organisasi. Cara untuk mengembangkan jaringan tersebut pada dasarnya melibatkan penilaian terhadap posisi kita dalam sistem komunikasi yang ada di masyarakat. Beberapa orang menyarankan bahwa salah satu metode untuk memperluas jaringan adalah dengan bergabung dengan organisasi profesi atau menjalin hubungan dengan organisasi-organisasi profesi.

Oleh karena itu, menginisiasi dan memperluas jaringan pada dasarnya merupakan bagian dari inisiatif kita untuk membangun hubungan yang positif dengan media massa. Salah satu kunci untuk membuka peluang dalam jaringan tersebut adalah dengan menjalin hubungan melalui organisasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

profesi. Hal ini tidak hanya terbatas pada organisasi profesi di bidang humas, melainkan juga mencakup organisasi profesi di bidang media massa atau berbagai bidang profesi lainnya (Yosal Iriantara, 2011).

3. Publisitas

Publisitas adalah salah satu strategi promosi yang umum digunakan oleh perusahaan-perusahaan. Kegiatan ini mencakup penempatan artikel, tulisan foto, dan tayangan visual yang memiliki nilai atau signifikansi tinggi bagi masyarakat. Materi-materi tersebut disiarkan atau dimuat oleh media tanpa dikenakan biaya atau secara gratis. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian terhadap suatu lokasi, individu, atau lembaga. Dengan demikian, publisitas merupakan cara bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi yang penting kepada masyarakat melalui media massa. Media massa sering kali mengangkat berita-berita publisitas karena lebih mudah dan ekonomis dibandingkan dengan pencarian informasi secara mandiri, yang memerlukan lebih banyak upaya dan biaya (Susetyarsi, 2012).

Publisitas, jika dibandingkan dengan iklan, mungkin terlihat kurang pasti dalam sifatnya; namun, jika dipertimbangkan dari segi kredibilitas, pesan publisitas dianggap memiliki nilai yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh persepsi masyarakat bahwa iklan dianggap sebagai pesan persuasif yang penuh dengan rayuan untuk mendorong masyarakat membeli suatu produk, berbeda dengan publisitas yang muncul sebagai berita dari media massa. Manfaat dari publisitas meliputi:

- a) Publisitas menyampaikan informasi kepada masyarakat yang enggan membaca iklan.
- b) Publisitas dapat ditempatkan pada aspek-aspek media massa yang memperoleh banyak perhatian dari masyarakat.
- c) Masyarakat lebih mempercayai informasi yang disampaikan.

4. Pemanfaatan Media dalam Kegiatan Publikasi

Publisitas merupakan informasi yang berasal dari luar sumber dan dimanfaatkan oleh media massa karena informasi tersebut memiliki nilai berita. Jefkins memberikan pengertian yang simpel tentang publisitas sebagai efek dari pengetahuan umum suatu informasi. Di samping definisi tersebut, Jefkins memberikan definisi yang lebih lengkap, menggambarkan publisitas sebagai suatu hal yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat dicari atau direkayasa. Oleh karena itu, secara definitif, publisitas dapat diartikan sebagai hasil atau konsekuensi dari pengumuman atau penyebaran suatu informasi. Lesly menegaskan pandangan ini dengan menyatakan bahwa publisitas merupakan penyebaran pesan yang direncanakan dan dilaksanakan dengan tujuan tertentu, menggunakan media yang sesuai dengan kebutuhan. Sasaran dari publisitas tersebut adalah untuk kepentingan baik organisasi maupun individu tanpa melakukan pembayaran pada media (Darmastuti & Rini, 2012).

Organisasi menggunakan media sebagai sarana untuk menyebarkan publikasi kepada masyarakat umum dan pemangku kepentingan, dengan maksud membentuk citra positif perusahaan dan produknya. Signifikansi publikasi ini bersifat berkelanjutan, melibatkan pemanfaatan media untuk menyampaikan informasi hingga membangun ikatan emosional yang dapat menghasilkan kemitraan. Kegiatan *media relation* dapat dibagi menjadi dua tingkat, yaitu pengembangan hubungan secara emosional dan teknis. Pengembangan hubungan emosional bertujuan untuk mendukung publikasi dan membangun hubungan emosional yang kuat, sementara pengembangan hubungan teknis berfokus pada aspek teknis untuk memfasilitasi publikasi organisasi (R. Sumantri Raharjo, 2015)

Penggunaan media dalam kegiatan publikasi melibatkan pembangunan hubungan dengan perusahaan media massa. Tingkat hubungan ini dapat beragam, tergantung pada jenis kegiatan yang dilakukan, mulai dari kedekatan emosional hingga kerja sama teknis.

Fungsi publisitas memiliki keterkaitan yang tak terpisahkan dengan fungsi komunikasi massa. Menurut Joseph Devito dalam buku Rini Darmastuti yang berjudul "*Media Relations: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*," ia menyatakan bahwa fungsi dari komunikasi massa adalah:

- 1) Menghibur
Dalam fungsi ini, media massa berupaya menciptakan program-program dengan tujuan menghibur masyarakat.
- 2) Meyakinkan
Fungsi paling penting dari media massa adalah untuk membujuk atau meyakinkan (to persuade).
- 3) Mengukuhkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tidak dapat disangkal bahwa mengubah perilaku individu atau kelompok tertentu adalah tindakan yang sangat sulit dan menantang. Namun, media massa, dengan kekuatan dan sumber daya yang dimilikinya, dapat memperkuat atau membentuk kepercayaan, sikap, nilai, dan opini dalam kehidupan masyarakat.

- 4) Mengubah
Media memiliki kekuatan untuk mengubah pandangan, sikap, dan opini dari sejumlah orang yang bersikap netral terhadap suatu isu tertentu. Di sisi lain, media juga dapat menciptakan perubahan yang mungkin dianggap remeh oleh sebagian orang.
- 5) Menggerakkan
Dari perspektif pengiklan, peran utama media adalah mendorong konsumen untuk mengambil tindakan, sehingga media memiliki kemampuan untuk memotivasi masyarakat untuk menggunakan merek tertentu.
- 6) Menawarkan etika atau system nilai tertentu
Dengan memberikan informasi terbuka tentang adanya pelanggaran terhadap norma yang berlaku, media dapat mendorong masyarakat untuk melakukan perubahan terhadap situasi tersebut.
- 7) Menginformasikan
Fungsi yang tak kalah penting yang dimiliki oleh media massa adalah menyediakan informasi. Sebagian besar pengetahuan yang kita peroleh dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya berasal dari sekolah, tempat kerja, atau keluarga, melainkan sebagian besar diperoleh dari media massa. Inilah peran besar media massa dalam menyampaikan informasi (Darmastuti & Rini, 2012).

2.3 Konsep Operasional

Berdasarkan latar belakang dan teori yang telah dikaji, penulis melanjutkan konsep operasional sebagai acuan dalam penelitian ini. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur strategi *media relation* adalah sebagai berikut:

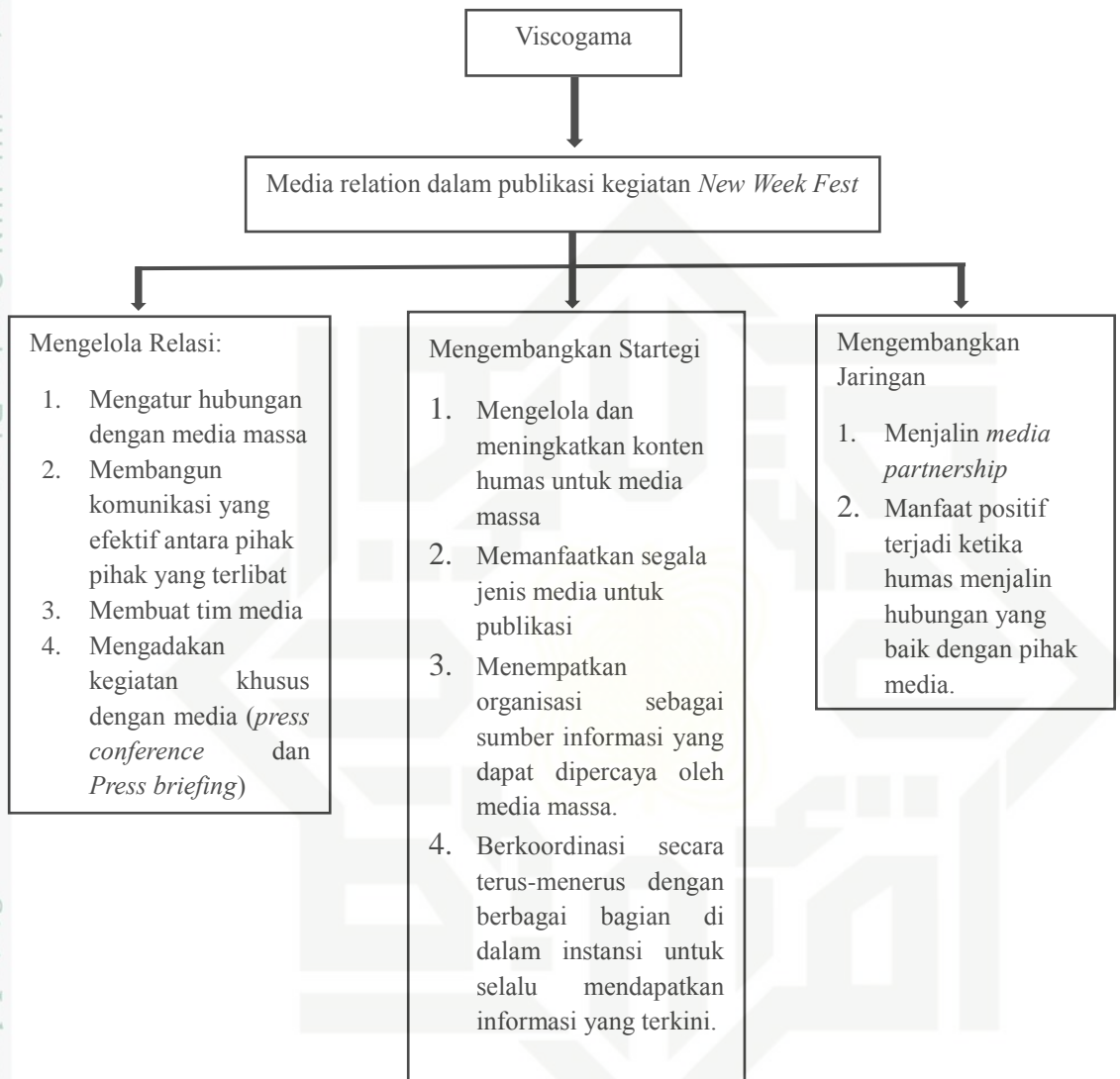
1. Mengelola Relasi:
 - a) Mengatur hubungan dengan media massa dalam menyebarkan informasi mengenai acara *New Week Fest*.
 - b) Membangun komunikasi yang efektif antara pihak-pihak yang terlibat.
 - c) Membuat tim media

- d) Mengadakan kegiatan khusus dengan media (*press conference* dan *Press briefing*)
2. Mengembangkan Strategi:
 - a) Terus mengelola dan meningkatkan konten Humas yang ditujukan untuk media massa.
 - b) Memanfaatkan segala jenis media yang tersedia untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.
 - c) Menempatkan organisasi sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya oleh media massa.
 - d) Berkoordinasi secara terus-menerus dengan berbagai bagian di dalam instansi untuk selalu mendapatkan informasi yang terkini.
3. Mengembangkan Jaringan:
 - a) Menjalin *media partnership*
 - b) Manfaat positif terjadi ketika humas menjalin hubungan yang baik dengan pihak media.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai pendekatan untuk meraih pemahaman dan eksplorasi yang holistik serta kontekstual terhadap suatu fenomena. Dalam fokusnya pada analisis deskriptif, metode ini melibatkan pengumpulan data dari lingkungan alam dan mengandalkan peneliti sebagai instrumen utama. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah mengungkapkan makna dan proses dari perspektif subjek, daripada mendapatkan temuan melalui prosedur statistik atau perhitungan numerik. Penelitian kualitatif dirancang secara komprehensif dan memiliki keunggulan dalam pemahaman mendalam serta empatik terhadap proses, kegiatan, pola, model, budaya, dan lainnya (Rijal Fadli, 2021)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk merinci dan mendokumentasikan karakteristik, perilaku, serta fenomena dari subjek atau populasi tertentu. Fokus utamanya adalah memberikan laporan yang terperinci dan menyeluruh mengenai subjek yang sedang diteliti. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan diringkas untuk menyajikan deskripsi yang jelas dan akurat mengenai subjek tersebut. Melalui penelitian deskriptif, peneliti dapat memahami kondisi subjek pada saat penelitian dilakukan, dan penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk menyelidiki dan analisis lebih lanjut (Subandi).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru, Riau.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 20 Januari 2024.

3.3 Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber asalnya. Jenis data ini digunakan untuk menciptakan informasi yang mencerminkan kebenaran sesuai dengan



kondisi faktual, sehingga memiliki nilai yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan (Pramiyati, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah hasil wawancara dengan Ketua Pelaksana Viscogama pada kegiatan *New Week Fest*, tim bagian humas dan salah satu media partner dari Viscogama.

2. Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang telah diperoleh oleh pihak lain untuk maksud yang berbeda, namun digunakan oleh peneliti dalam analisis mereka sendiri (Jatmiko & Gernowo, 2014). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip yang berkaitan dengan kegiatan *New Week Fest*.

3.4 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitiannya adalah Yogaraksa Adyatama selaku ketua pelaksana Viscogama pada kegiatan *New Week Fest*, Zahra Safira selaku ketua divisi humas Viscogama, Fathimah Zahrah selaku anggota humas Viscogama dan Nilam Wahdiaz Azani selaku Humas Radio Suska FM Pekanbaru.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan untuk memperoleh data, yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan ilmiah yang melibatkan pengumpulan data empiris dan faktual berdasarkan pengalaman kehidupan nyata tanpa adanya manipulasi. Ini merupakan metode pengumpulan data kualitatif yang digunakan dalam ilmu sosial. Pengamatan dapat digunakan untuk menggambarkan fenomena sosial, mengembangkan teori dan hipotesis, serta menguji teori dan hipotesis tersebut. Untuk menjalankan pengamatan secara efektif, peneliti perlu memiliki akses yang dekat dengan pengaturan dan subjek yang diamati, sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip etika seperti menghormati martabat manusia, privasi, kerahasiaan, keadilan, dan inklusivitas. Dalam penelitian ini peneliti mengamati berbagai macam kegiatan yang dilakukan Viscogama terkait bagaimana mereka menjalin media relation dengan pihak media.

2. Wawancara

Teknik wawancara adalah suatu pendekatan yang diterapkan untuk menghimpun data dari individu melalui dialog terstruktur. Metode ini sering digunakan di berbagai sektor, termasuk penelitian, jurnalisme,



dan manajemen sumber daya manusia. Keseluruhannya, teknik wawancara memberikan sarana yang berharga untuk meraih informasi dan pemahaman yang terstruktur dan sistematis dari responden. Pewawancara adalah peneliti dan informan adalah Ketua pelaksana Viscogama pada kegiatan *New Week Fest*, Tim Humas dari Viscogama dan juga salah satu media partner yang melakukan publikasi mengenai kegiatan *New Week Fest* yaitu Radio Suska FM Pekanbaru.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada cara pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dengan meninjau catatan sejarah dalam bentuk teks, gambar, atau karya monumental seseorang. Ini merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial untuk mengeksplorasi peristiwa masa lalu dan memahami maknanya. Dalam penelitian kualitatif, studi dokumen berperan sebagai teknik pelengkap bersama dengan pengamatan peserta, wawancara mendalam, dan studi artefak. Meskipun demikian, penting untuk memastikan keakuratan dan validitas analisis dokumen guna menjaga kualitas hasil penelitian. Teknik seperti analisis konten, kritik teks, dan penilaian intrinsik digunakan untuk mengevaluasi kredibilitas dan keandalan sumber. Melalui kajian dokumen, penelitian dapat memberikan wawasan tentang tujuan, latar belakang, dan konteks pembuatan dokumen, yang pada gilirannya berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena sosial yang sedang diselidiki (Nilamsari, 2014). Penggunaan dokumentasi melibatkan analisis berita online terkait *New Week Fest*, pemanfaatan dokumen dan arsip yang dimiliki oleh Viscogama, serta interaksi langsung peneliti dengan Humas untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Selain itu, data juga diperoleh melalui publikasi media online.

3.6 Validitas Data

Validitas data merujuk pada seberapa akurat data merepresentasikan fenomena yang sedang diselidiki. Dalam konteks penelitian kualitatif, keabsahan data merupakan salah satu faktor penting dalam menilai kepercayaan. Hal ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan dianalisis dalam penelitian kualitatif dapat diandalkan dan sesuai dengan fenomena yang sebenarnya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi data dengan narasumber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Triangulasi data merupakan suatu prosedur dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk meningkatkan kevalidan dan keandalan temuan. Metode ini dilakukan dengan memanfaatkan berbagai sumber data atau menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Dengan melakukan verifikasi silang informasi dari berbagai perspektif atau sumber, triangulasi data bertujuan untuk memastikan konsistensi dan akurasi dalam proses analisis (Moh. Zamili, 2015).

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini, pendekatan analisis data yang diterapkan adalah metode Miles dan Huberman. Metode ini menjelaskan bahwa analisis data melibatkan tiga tahapan kegiatan, yaitu (Moh. Zamili, 2015):

1. Reduksi Data

Suatu langkah dalam penelitian yang melibatkan pemilihan data, klasifikasi, pengarahannya, eliminasi elemen yang tidak relevan, dan pengorganisasian data sedemikian rupa sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

2. Penyajian Data

Pada tahap penyajian data, semua informasi yang diperoleh dari lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dianalisis dengan merujuk pada teori-teori yang telah diuraikan sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan deskripsi yang mendalam mengenai *Media Relation* Viscogama dalam upaya mengoptimalkan publisitas pada kegiatan *New Week Fest*.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tindakan menggambarkan secara komprehensif obyek yang diteliti melalui proses penggabungan informasi yang telah disusun dalam suatu format yang kemudian disajikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum Viscogama

Viscogama adalah mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Riau Angkatan 2020 sebagai penyelenggara acara *New Week Fest*. Viscogama terdiri dari 3 konsentrasi yang ada dalam jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau yaitu *public relations*, jurnalistik dan Manajemen Komunikasi Media dengan total jumlah anggota sebanyak 289 orang. Mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Riau Angkatan 2020 sepakat untuk menggabungkan seluruh kelas dan menjadi satu kepanitiaan yang kemudian dinamakan sebagai Viscogama.

4.2 Gambaran Umum *New Week Fest*

New Week Fest merupakan event yang diselenggarakan langsung oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 dengan tujuan merealisasikan ide dan kreativitas dari 3 konsentrasi yang ada dalam jurusan Ilmu Komunikasi yaitu *public relations*, jurnalistik dan Manajemen Komunikasi Media (MKM) yang telah diadakan pada tanggal 03 - 04 Desember 2022. Secara bahasa *New Week Fest* berarti Pekanbaru festival yang mana event ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru dan bekerja sama dengan seluruh pihak yang terkait dalam event ini.

Dengan konsep *Art of Creativity*, seluruh Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang menjadi bagian dari pelaksana event menampilkan seni dari berbagai macam sisi baik dari seni berbicara, seni rupa, hingga kreativitas dalam bidang media. *New Week Fest* juga menjadi media pembelajaran bagi seluruh mahasiswa dalam mengelola sebuah event mulai dari pra-event, event hingga post event dengan harapan dapat memenuhi tujuan yang ada.

Pada dasarnya *New Week Fest* ini merupakan hasil dari tugas mata kuliah *Event Organizer* yang diterima oleh mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Riau Angkatan 2020. Dosen pengampu memberikan masukan untuk membuat acara yang lebih besar dari acara cara yang telah diselenggarakan oleh Angkatan sebelumnya dengan mengangkat tema seputar budaya dan hal hal yang berkaitan dengan ilmu komunikasi. Setelah membentuk kepanitiaan, Viscogama merundingkan mengenai acara yang akan diselenggarakan dan kemudian terciptalah *New Week Fest*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

New Week Fest diselenggarakan selama dua hari berturut turut dengan dua bentuk kegiatan yang berbeda. Hari pertama diselenggarakan di Taman Budaya Pekanbaru pada tanggal 3 desember 2022 yang menyajikan penampilan berupa seni rupa maupun pertunjukan dan suguhan edukasi yang berupa talkshow. Di hari kedua pada tanggal 4 desember 2022 yang menjadi puncak acara *New Week Fest* 2022 ini dilaksanakan dengan mengadakan konser musik yang menyajikan berbagai penyanyi lokal maupun nasional dengan berbagai genre musik di Alam Mayang Pekanbaru. Pada hari kedua ini *New Week Fest* menampilkan beragam Musisi dan band diantaranya adalah Fourtwnty sebagai *line up* utama, Azmi Alkatiri, Bads dan Konkrit Genggaman. Pada hari kedua ini Viscogama berhasil mendatangnya audiens sebanyak kurang lebih 2.800 orang.



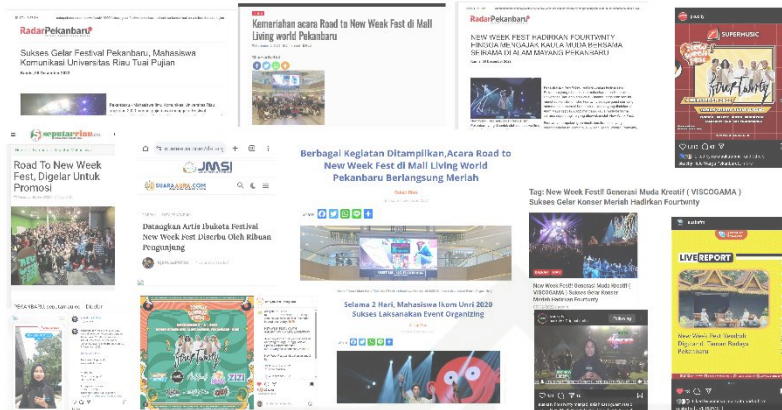
Gambar 4. 1 New Week Fest Hari Pertama



Gambar 4. 2 New Week Fest Hari Kedua

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.3 Publikasi New Week Fest di Berbagai Macam Media

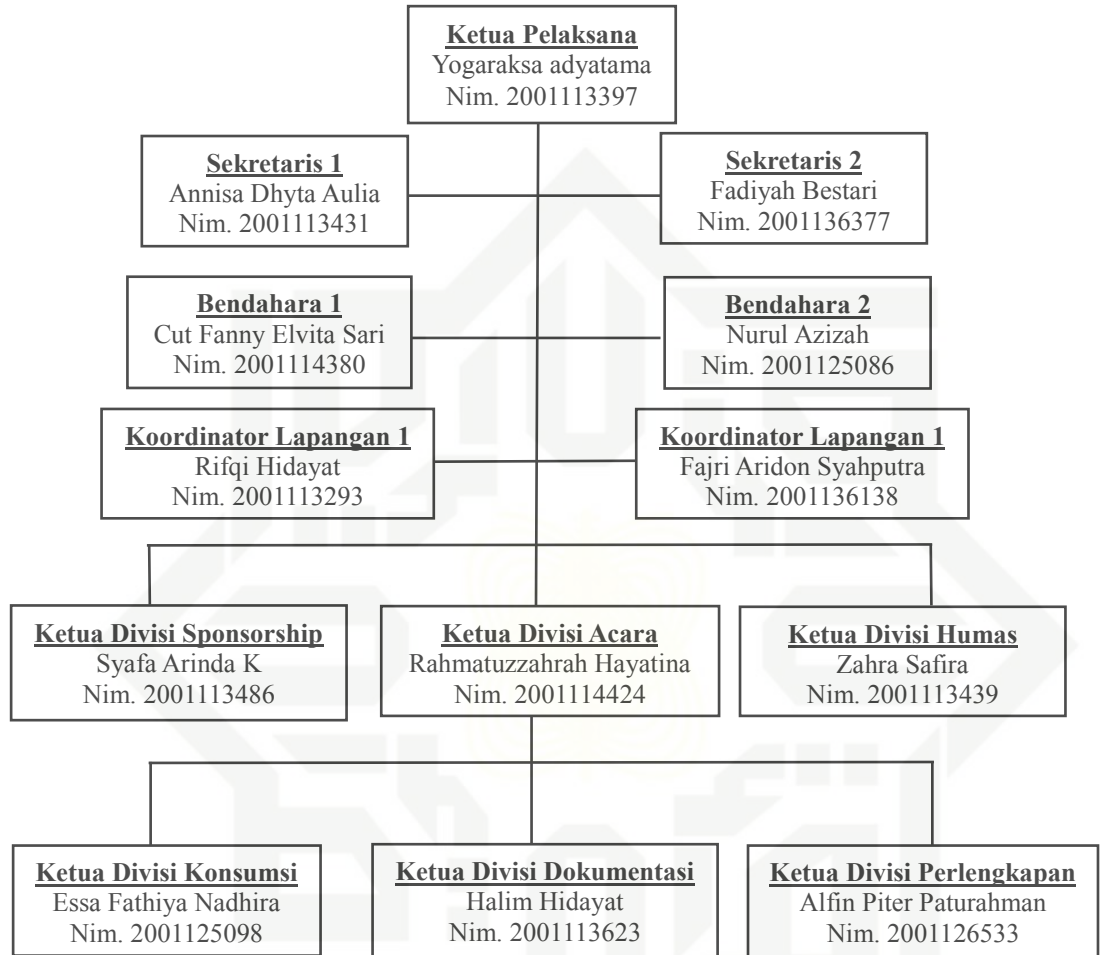
4.3 Visi, Misi dan Tujuan New Week Fest

1. Visi

Menjadikan *New Week Fest* sebagai *event* festival selebrasi seni di Pekanbaru yang menampilkan beragam karya seni berupa musik, seni rupa, dan audio visual dari artis lokal dan menjadi festival seni terdepan dalam menyalurkan kreativitas dan inovasi generasi muda.
2. Misi
 - a) Merepresentasikan konsentrasi jurusan Ilmu Komunikasi dalam suatu event yang menarik
 - b) Memberikan event terbaik, para artis yang berkualitas, tiket yang terjangkau, fasilitas memadai untuk para talent dan benefit yang baik bagi seluruh pihak yang terlibat
 - c) Membangun tim yang penuh ide unik dan kreatif serta profesional dalam bekerja
3. Tujuan
 - a) Menunjukkan kreatifitas di berbagai bidang seni yang dikembangkan oleh anak-anak muda yang berkarya
 - b) Menampilkan berbagai sisi dari konsentrasi jurusan Ilmu Komunikasi melalui karya seni dan media

4.4 Susunan Kepanitiaian Viscogama

Gambar 4.3 Bagan Susunan Kepanitiaian Viscogama



Gambar 4. 4 Bagan Susunan Kepanitiaian Viscogama

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *media relation* yang digunakan oleh Viscogama dalam mengoptimalkan publisitas *New Week Fest* meliputi:

1. Mengelola Relasi

Viscogama mengelola relasi sebagai strategi untuk mengoptimalkan publisitas *new week fest*. Viscogama membangun relasi yang baik dengan media dalam mempublikasikan *New Week Fest*, terbukti dengan melakukan komunikasi yang efektif kepada seluruh media, termasuk media sosial, media massa dan media *Online*. Viscogama memanfaatkan relasi yang sudah terjalin oleh internal dengan pihak media sebagai strategi mengelola relasi sehingga memudahkan hubungan kerja sama antara Viscogama dengan media.

2. Mengembangkan strategi

Viscogama mengembangkan strategi dengan melakukan khusus yang dirancang dari strategi sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya mencakup, mengelola dan meningkatkan konten humas untuk media massa, memanfaatkan segala jenis media untuk publikasi, menempatkan organisasi sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya oleh media massa dan berkoordinasi secara terus-menerus dengan berbagai bagian di dalam instansi untuk selalu mendapatkan informasi yang terkini.

3. Mengembangkan jaringan

Viscogama mengembangkan jaringan dengan menjalin *media partnership* kemudian manfaat positif terjadi ketika humas menjalin hubungan yang baik dengan pihak media. Salah satu indikasi keberhasilan Viscogama dalam mengoptimalkan publikasi *New Week Fest* terlihat dari 19 kemitraan media yang berhasil dijalin. Kemudian manfaat positif dapat dirasakan ketika humas Viscogama menjalin hubungan yang baik dengan pihak media dan begitu pula sebaliknya.



6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penulis akan memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi Viscogama dalam melaksanakan strategi Media Relations untuk mengoptimalkan publisitas New Week Fest. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan Viscogama dapat mempertahankan strategi media relations yang digunakan saat ini, serta terus mengembangkan strategi tersebut sejalan dengan perkembangan media.
2. Diharapkan Viscogama dapat mengembangkan strategi mengelola relasi dengan melakukan kegiatan khusus dengan media
3. Diharapkan Viscogama dapat memperluas lebih lagi publikasi dengan menjalin lebih banyak media partner menggunakan strategi media relation yang sudah diterapkan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. (2021). Media komunikasi dalam mendukung penyebarluasan informasi penanggulangan pandemi COVID-19. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).
- Imran, H. A. (2012). Media massa, khalayak media, the audience theory, efek isi media dan fenomena diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1), 47-60.
- Darmastuti, R. (2012). Media relations: konsep, strategi, dan aplikasi.
- Putri, A. D. C., & Setyawan, H. (2022, December). Proses dan Aktivitas Penyebaran Informasi Oleh Media Relation Pada Event Honda Dbl 2021-2022. In *Seminar Nasional Riset Terapan* (Vol. 11, No. 01, pp. 333-338).
- Wardhani, D. (2008). Media relations: Sarana membangun reputasi organisasi. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Ardianto, E. (2012). Komunikasi massa: Suatu pengantar.
- Fatimah, F., & Jusnita, E. A. (2022). Strategi public relation dalam menjalin hubungan baik dengan media pelabuhan Indonesia regional III. *Journal Communication Specialist*, 1(2), 187-203.
- Hermawan, E. (2020). Strategi public relations Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dalam membangun media relations. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 140-154.
- Saputra, A. J. S., & Zulfiningrum, R. (2023). Strategi Media Relation Impala Network dalam Membangun Brand Awareness. *Journal on Education*, 5(2), 4476-4490.
- Jatmiko, W., & Gernowo, R. (2014). Analisis Korelasi Citra Data Primer dengan Data Sekunder Menggunakan Citra Grid Analysis And Display System (Grads. *Youngster Physics Journal*, 3(1), 63-70.
- Maulana, S., & Zuhriah, Z. (2023). Strategi Media Relation Humas Dalam Membangun Reputasi Kampus (Studi Kasus Akademi Maritim Belawan). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(1).
- Miharja, D. L., & Mauliashari, M. R. (2022). Aktivitas Media Relations Humas polda NTB Dalam Rangka memperbaiki citra kepolisian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 3(1), 1-9.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Zamili, M. (2015). Menghindar dari bias: Praktik triangulasi dan kesahihan riset kualitatif. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 9(2), 283-304.
- Dewi, M. (2012). Media Relations 2.0. *Jurnal komunikasi*, 7(1), 17-28.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), 177-181.
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).
- Subandi, S. (2011). Deskripsi kualitatif sebagai satu metode dalam penelitian pertunjukan. *Harmonia journal of arts research and education*, 11(2), 62082.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679-686.
- Raharjo, R. S. (2016). Media relations di media massa (Analisis deskriptif kualitatif terhadap kegiatan media relations TVRI Yogyakarta dan Jogja TV). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Rosalina, L., & Anshori, M. S. (2023). Analisis Aktivitas Media Relation Dalam Model Public Relations (Studi Kasus Pada Biro Humas Universitas Teknologi Sumbawa). *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(3), 113-128.
- Ayu, S., & Kartikawati, D. D. (2020). Aktivitas Media Relations Konsultan Public Relation Media Buffet dalam Membantu Pembentukan Citra Perusahaan Klien. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 6(2), 547-559.
- Susetyarsi, T. (2012). Membangun Brand Image Produk Melalui Promosi Event Sponsorship Dan Publisitas. *Jurnal STIE Semarang*, 4(1), 131663.
- Utami, R. T., Trenggono, N., Wardhani, A. C., & Zainal, A. G. (2023). Media Relation Strategies of the Finance Track Field of G20 Summit Publicity in Indonesia. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis (IJMRA)*, 6, 5768-5774.
- Iriantara, Y., & Rema Karyanti, S. (2005). *Media relations: Konsep, pendekatan dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media.



LAMPIRAN

A. DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PENELITIAN

Mengelola Relasi:

1. Apa urgensi mengelola relasi dengan media dalam penyelenggaraan *New Week Festival*?
2. Bagaimana cara anda dalam mengelola relasi dengan media?
3. Apa saja upaya yang anda lakukan dalam mengelola relasi dengan media agar mendapatkan publikasi *New Week Festival*?
4. Bagaimana komunikasi antara pihak Viscogama dengan pihak media?
5. Apa saja keuntungan yang didapatkan dengan menjalin komunikasi dengan media?
6. Apa kriteria yang Anda gunakan dalam menentukan media mana yang paling relevan dan efektif untuk tujuan publikasi Anda?
7. Bagaimana Anda menilai keberhasilan dari upaya Anda dalam mengelola relasi dengan media untuk mendapatkan publikasi?
8. Apa saja tantangan yang sering dihadapi dalam berinteraksi dengan media, dan bagaimana Anda mengatasinya?

Mengembangkan Strategi:

1. Apa saja langkah-langkah yang Anda ambil dalam merancang strategi komunikasi dengan media?
2. Apakah anda membuat materi khusus untuk dipublikasikan oleh media?
3. Bagaimana Anda mempersiapkan materi atau informasi agar menarik bagi media dan pembaca?
4. Bagaimana Anda mengidentifikasi dan menargetkan media yang sesuai dengan tujuan publikasi Anda?
5. Apa saja kegiatan-kegiatan khusus yang anda lakukan untuk menjalin hubungan dengan media?
6. Bagaimana Anda memanfaatkan media dalam mengoptimalkan publikasi dari *New Week Festival*, Media apa saja yang digunakan?
7. Bagaimana peran humas Viscogama sebagai sebagai sumber informasi untuk media?
8. Apakah ada koordinasi antara pihak media dan humas dalam memaksimalkan informasi mengenai *New Week Festival* untuk publikasi?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mengembangkan Jaringan:

1. Apa langkah awal yang Anda ambil dalam membangun dan memperluas jaringan dengan media?
2. Apa saja bentuk hubungan yang dibangun dengan media?
3. Media mana saja yang telah berhasil dijalin hubungannya sebagai media partner?
4. Apa saja dampak positif yang didapatkan dari hubungan baik antara organisasi dengan media?
5. Bagaimana Anda mengidentifikasi dan mendekati stakeholder kunci dalam industri media untuk tujuan publikasi?
6. Bagaimana Anda memanfaatkan acara atau kesempatan networking untuk memperluas jaringan Anda di kalangan media?
7. Menurut Anda, seberapa pentingnya komunikasi dua arah dalam menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan media?
8. Bagaimana Anda mengevaluasi dan mengukur efektivitas dari upaya Anda dalam mengembangkan jaringan media untuk publikasi?

Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada Suska FM:

1. Bagaimana cara Viscogama dalam menjalin hubungan Suska FM
2. Apa saja upaya yang Viscogama lakukan dalam mengelola relasi dengan Suska FM agar mendapatkan publikasi *New Week Fest*?
3. Bagaimana komunikasi antara pihak Viscogama dengan pihak Suska FM?
4. Apa saja keuntungan yang didapatkan dengan menjalin hubungan dengan Viscogama?
5. Bagaimana peran Viscogama sebagai sumber informasi untuk Suska FM?
6. Apakah ada koordinasi antara pihak Viscogama dan humas dalam memaksimalkan informasi mengenai *New Week Fest* untuk publikasi?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. FOTO DOKUMENTASI

1. Wawancara Dengan Zahra Safira Selaku Ketua Divisi Humas Viscogama



2. Wawancara Dengan Fathimah Zahra Selaku Anggota Humas Viscogama



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Wawancara Dengan Yogaraksa Adyatama Selaku Ketua Pelaksana Viscogama



4. Wawancara Dengan Nilam Wahdiaz Azani Selaku Humas Radio Suska FM





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Anggri Syahputra lahir di Bukit Datuk pada 14 Juni 2002, merupakan anak ke 3 dari 3 bersaudara pasangan Bapak Suriadi dan Warini. Penulis mengawali pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 004 Bukit Datuk dan lulus pada tahun 2014, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Islamiyah Bukit Damar yang lulus pada tahun 2017. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Simpang Kanan dan dinyatakan lulus pada tahun 2020.

Lalu pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan jenjang S1 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relation*. Kemudian penulis menyelesaikan studi S1 ilmu komunikasi dengan IPK 3.68 berprediket Cum laude dan mendapatkan gelar S.I.Kom dengan waktu 4 tahun pada tahun 2024.

Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi, penulis terlibat dalam beberapa kegiatan, termasuk Radio Komunitas Kampus Suska FM dan Dream Event Organizer. Di Suska FM, penulis bertugas sebagai penyiar dan spesialis media sosial. Kemudian Dream Event Organizer, yang dibentuk dari hasil kerjasama dengan teman sekelas, telah sukses menyelenggarakan berbagai acara, seperti PR D Festival dan Prameswara 2023.

Kemudian pada bulan Juli hingga Agustus 2023 penulis ikut serta dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sungai Dusun, Kecamatan Batang Tuaka, Kabupaten Indragiri Hilir dan memiliki peran sebagai media dan publikasi. Lalu dilanjutkan pelaksanaan Job Training di Perum LKBN Antara Biro Riau pada septemper hingga november 2023 dan bertugas sebagai graphic designer.