

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan temuan peneliti, strategi *media relations* yang dijalankan oleh *Marketing Communication Sheraton Surabaya Hotel & Towers* menekankan pada hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan pihak media massa melalui pendekatan personal. Strategi *media relations* ini diterapkan pada tiga bagian: *pra event breast cancer awareness*, pada pelaksanaan *event breast cancer awareness*, *pasca event breast cancer awareness*. Selain itu, keberhasilan publisitas *charity event breast cancer awareness* juga didukung oleh strategi *media relations* yang telah dijalankan secara reguler.

Pada saat *pra event*, strategi *media relations* yang dijalankan meliputi memenuhi unsur berita yang dibutuhkan wartawan, memberikan *release* kepada media untuk memudahkan wartawan dalam penulisan berita, melakukan *contact* dengan wartawan, *mengadakan press conference*, dan memberikan *facility pers*.

Selanjutnya saat pelaksanaan *event*, strategi *media relations* yang dijalankan terdiri dari memberikan pelayanan terhadap media dan melakukan komunikasi untuk mendukung penyediaan informasi. Sedangkan pada *pasca event*, dilakukan evaluasi terkait dengan strategi *media relations* yang telah dijalankan, yaitu dengan membuat *media impression* serta mendokumentasikan publikasi di media massa dalam bentuk *soft file*.

Kemudian pada strategi *media relations* yang telah dijalankan secara regular tindakan yang dilakukan meliputi membantu dalam penyediaan materi informasi, menyediakan fasilitas bagi wartawan, membangun hubungan personal dengan media, dan mengadakan berbagai acara *media relations* seperti *media visit* dan *media gathering*.

Strategi *media relations* merupakan cara yang tepat untuk memperoleh publikasi di media massa sehingga dapat menyampaikan pesan serta sebagai upaya untuk mempertahankan citra perusahaan, di mana citra yang ingin ditampilkan oleh Sheraton Surabaya Hotel & Towers dalam publisitas *charity event breast cancer awaranness* adalah bahwa Sheraton Surabaya Hotel & Towers juga *concern* terhadap kegiatan kemanusiaan serta mempertahankan citranya sebagai hotel yang aktif.

Pada pelaksanaannya *Marketing Communication* Sheraton Surabaya Hotel & Towers menjalankan strategi *media relations* dengan menggunakan dua model hubungan, yaitu model hubungan antara *Maketing Communication* dengan institusi media dan dengan pekerja media. Namun dalam hal ini, Sheraton Surabaya Hotel & Towers lebih cenderung menjalankan strategi *media relations* dengan mengutamakan model hubungan dengan pekerja media, dimana hubungan yang terjalin lebih bersifat informal, hubungan sebagai sahabat, dan hubungan yang saling menguntungkan.

V.2. Saran

Berdasarkan analisis mengenai strategi *media relations* yang dilakukan oleh Sheraton Surabaya Hotel & Towers, ditemukan adanya kekurangan yang perlu diperbaiki antara lain:

Strategi *media relations* yang dijalankan khususnya dalam menyediakan fasilitas bagi media juga dinilai belum terpenuhi dengan baik. Oleh karena itu, dari segi fasilitas yang disediakan kiranya *Marketing Communication* Sheraton Surabaya Hotel & Towers juga turut menyediakan ruangan khusus bagi para wartawan untuk melakukan penulisan berita karena jika menggunakan area publik wartawan akan cenderung tidak fokus dan tidak nyaman dalam menuliskan berita.

Begitu pula dari sisi kegiatan *media relations* yang dijalankan sebagai upaya membangun hubungan yang baik dengan pihak media khususnya pada pelaksanaan *media gathering* masih dinilai kurang maksimal sehingga diharapkan *Marketing Communication* Sheraton Surabaya Hotel & Towers tidak hanya mengadakan *media gathering* pada moment-moment tertentu saja melainkan secara rutin dan terjadwal. Hal ini dilakukan agar terjalin hubungan yang lebih akrab lagi antara perusahaan dengan pihak media.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2008. *Public Relations*. Widya Padjadjaran
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Prastowo, Andi. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: AR-Ruzz Media
- Soemirat; Ardianto. 2012. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yin, Robert K. 2014. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada
- Yuliana, Nina. 2014. *Media Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Internet :

- Fira (2014, 3 Oktober). Charity Satu Hati. Majalah Surabaya City Guide [on-line]. Diakses pada tanggal 20 Januari 2016 dari <http://majalahscg.com/read/433/ronakota/Charity-Satu-Hati>

Pramudito (2015, 11 Oktober). Murid SD kelas 4 Ini Mampu Taklukkan Pelari Dewasa . Surya [on-line]. Diakses pada tanggal 14 Januari 2016 dari <http://surabaya.tribunnews.com/2015/10/11/murid-sd-kelas-4-ini-mampu-taklukkan-pelari-dewasa>

Rifatul (2015, 29 Oktober). Penyerahan Donasi Run To Give. Majalah Surabaya City Guide [on-line]. Diakses pada tanggal 18 Januari 2016 dari <http://majalahscg.com/read/808/ronakota/Penyerahan-Donasi-Run-to-Give>
Koran :

Radar Surabaya. 12 Oktober 2015, Hal 12. Sheraton Surabaya Hotel & Towers Gelar Charity Run

Wawancara :

Etty Ariaty Soraya, *Manager Marketing Communication*, pada tanggal 18 Desember 2015.

Amanda Dianova, *Assistant Manager Marketing Communication*, pada tanggal 10 Februari 2016.

Farid Satya Maulana, Journalist Jawa Pos, pada tanggal 14 Mei 2016.