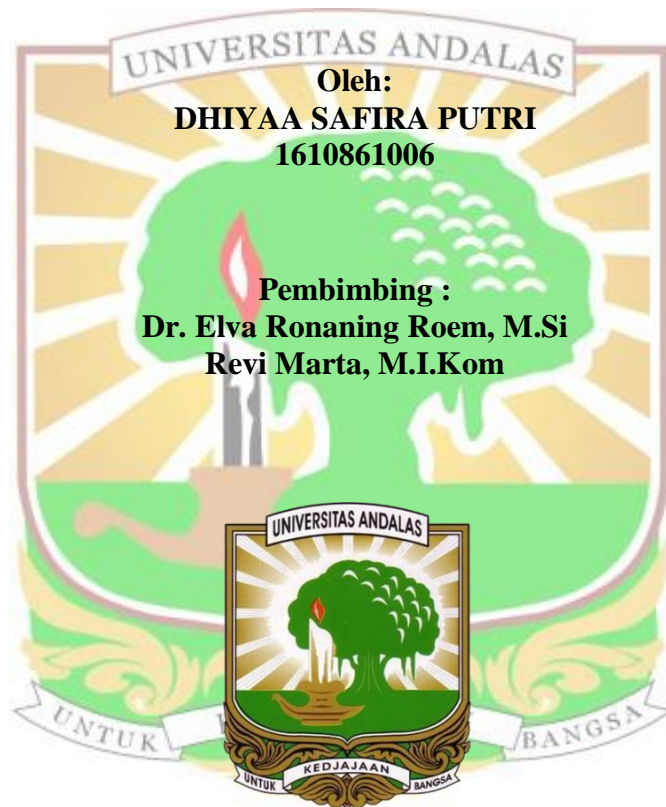


**AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DALAM MENJAGA *CORPORATE IMAGE* DI TENGAH PANDEMI COVID-19
(Studi Deskriptif pada Whiz Prime Hotel Padang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DALAM MENJAGA *CORPORATE IMAGE* DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi Deskriptif pada Whiz Prime Hotel Padang)

Oleh:
DHIYAA SAFIRA PUTRI
1610861006

Pembimbing:
Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom

Aktivitas *media relations* merupakan salah satu kegiatan praktisi *Public Relations* (PR) suatu perusahaan. Adanya *media relations* berfungsi untuk menjalin relasi dengan media, *public relations* membutuhkan bantuan dari media untuk menjangkau publiknya yang menjadi bagian dari massa yang dihimpun media. Aktivitas *media relations* dimaknai sebagai suatu aktivitas khusus *public relations* untuk melakukan suatu penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktivitas perusahaan yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak pers atau media untuk menciptakan publisitas dan *image* positif bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas *media relations* serta mengidentifikasi dan mendeskripsikan pola komunikasi Whiz Prime Hotel Padang dalam aktivitas *media relations* di tengah pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi serta dokumentasi kepada pihak Whiz Prime Hotel Padang. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori *stakeholders* dengan hipotesis kerja. Terdapat tiga kategori dalam teori *stakeholders*, yaitu *stakeholders* deskriptif, instrumental, dan normatif. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas *media relations* yang dilakukan *public relations* Whiz Prime Hotel Padang di tengah pandemi Covid-19 berupa beberapa publikasi dengan *media partner* dan kegiatan khusus (*special event*). Sedangkan pola komunikasi Whiz Prime Hotel Padang dalam aktivitas *media relations* di tengah pandemi Covid-19 yang dibangun yaitu melalui komunikasi Y dan lingkaran.

Kata Kunci : Aktivitas *Media Relations*, *Corporate Image*, Pola Komunikasi, *Public Relations*.

ABSTRACT

MEDIA RELATIONS ACTIVITIES IN MAINTAINING CORPORATE IMAGE IN MIDST OF THE COVID-19 PANDEMIC (Deskriptive study on Whiz Prime Hotel Padang)

By:

**DHIYAA SAFIRA PUTRI
1610861006**

Supervisor:

**Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom**

Media relations activity is one of the activities of Public Relations (PR) practitioners of a company. The existence of media relations serves to establish relations with the media, public relations requires assistance from the media to reach the public who are part of the mass gathered by the media. Media relations activity is a special activity from the public relations party to deliver certain messages or information about the company's activities that need to be publicised through collaboration with the press or media to create publicity and a positive image. This study aims to describe media relations activities and identify and describe communication patterns of Whiz Prime Hotel Padang in media relations activities in the midst of the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative descriptive method with data collection carried out through interviews and observations as well as documentation to the Whiz Prime Hotel Padang. The theory used in this research is stakeholder theory with working hypothesis. There are three categories in stakeholder theory, namely descriptive, instrumental, and normative stakeholders. The results of this study indicate that the media relations activities carried out by public relations at Whiz Prime Hotel Padang in the midst of the Covid-19 pandemic took the form of several publicity and special events. Meanwhile, the communication pattern of Whiz Prime Hotel Padang in media relations activities in the midst of the Covid-19 pandemic was built through Y and circle communication.

Keywords : *Communication Pattern, Corporate Image, Media Relations Activity, Public Relations.*