



AKTIVITAS *MEDIA RELATION* PT. PERTAMINA PATRA NIAGA REGIONAL JATIMBALINUS DALAM PUBLIKASI *EVENT “PERTAMINA MOTOGP ULTIMATE EXPERIENCE BOX”* DI KOTA SURABAYA DAN BALI.

Aderetha Angellian Lovelin

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Bhayangkara Surabaya

Abstract (English)

This research aims to describe how PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus in establishing relationships with the mass media to ensure the publication of activities or the "Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box" event organized by PT. Pertamina Patra Niaga in the cities of Surabaya and Bali which are the areas of responsibility of PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus. Media relations activities are important for PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus as a bridge for disseminating information to the public. Media relations activities are one of the efforts that can be used to disseminate information to the public, and can control information circulating in the community, namely valid information. This research is field research, namely research carried out at the research location by making observations about a phenomenon. Data collection for this research was carried out by observation, interviews and documentation. The public relations of PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus in carrying out this activity also experienced several obstacles. This media relations activity produced many positive things, such as the information circulating in the community was valid information, the relationship between PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus and the media was well established.

Article History

Submitted: 4 Oktober 2024
Accepted: 10 Oktober 2024
Published: 11 Oktober 2024

Key Words

Media Relations, Event, MotoGP

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam menjalin hubungan dengan media massa agar terjadi publikasi kegiatan atau Event “Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box” yang diselenggarakan oleh PT. Pertamina Patra Niaga di kota Surabaya, dan Bali yang merupakan wilayah tanggungjawab PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus. Kegiatan media relation merupakan hal penting bagi PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus sebagai jembatan penyebaran informasi kepada public. Aktivitas media relation merupakan salah satu upaya yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi kepada public, dan dapat mengontrol informasi yang beredar dimasyarakat adalah informasi yang valid. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan obeservasi, wawancara, dan dokumentasi. Public relation PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam melakukan aktivitas ini juga mengalami beberapa kendala. Aktivitas media relation ini menghasilkan banyak hal positif seperti informasi yang beredar dimasyarakat adalah informasi valid, hubungan PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dengan para media terjalin semaik baik.

Sejarah Artikel

Submitted: 4 Oktober 2024
Accepted: 10 Oktober 2024
Published: 11 Oktober 2024

Kata Kunci

Media Relation, Event, MotoGP.





PENDAHULUAN

Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan. Shannon & Weaver mengartikan “Komunikasi adalah proses transfer informasi dari satu titik (sumber) ke titik lain (penerima) melalui saluran tertentu dengan bantuan kode atau *noise*” Penyampaian sebuah pesan dapat dilakukan melalui beberapa media seperti Surat Kabar, Radio, Televisi,serta berbagai macam media di era digital yang semakin mempermudah dalam penyebaran pesan kepada khalayak luas tanpa terbatas ruang dan waktu. Menurut Agus M.Hardjana (2016:15) “Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan”.

Pada Perusahaan atau instansi komunikasi merupakan hal terpenting dan harus terjadi secara dua arah secara *vertical* dan *horizontal* dengan melibatkan pihak eksternal maupun *internal* Perusahaan. Praktik komunikasi pada Perusahaan disebut dengan *Corporate Public Relation* dengan tujuan membangun serta mempertahankan hubungan baik dengan public termasuk *customer*, pemegang saham, karyawan, pemerinath, media massa bahkan Masyarakat umum. *Corporate PR* memiliki fungsi penting bagi kelangsungan kegiatan sebuah Perusahaan seperti membangun citra Perusahaan menangani krisis,membangun strategi untuk meningkatkan *engagement public* serta memantau *opini public*. Frank Jefkins dalam Maryam & Priliantini (2018) mengartikan *Public Relations* merupakan sebuah aktivitas meringkas kepaduan dalam berkomunikasi dengan sistematis kepada publiknya untuk mendapatkan visi khusus yang berlandaskan pada aspek pandangan.

Keberhasilan dari Perusahaan juga dilihat dari bagaimana pandangan *public* terhadap Perusahaan tersebut.Oleh karena itu tujuan utama dari seorang public relation adalah membentuk opini *public*. Hasil perencanaan stategi *public relation* akan mempengaruhi sikap masyarakat terhadap perusahaan dan tindakan yang akan dilakukakan oleh Masyarakat.

Salah satu bentuk komunikasi penting secara eksternal untuk mempengaruhi opini publik yaitu membangun relasi dengan media massa dan wartawan atau biasa disebut dengan *media relation* . *Media relation* merupakan komponen dari *Public Relation* atau *Communication Relation* pada sebuah instansi Perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan tempat dalam pemberitaan media. Philip Lesley (1991:7) “memberikan definisi media relation sebagai hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau mersepon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi”. Dalam membangun opini dan pengetahuan public terhadap program perusahaan terdapat beberapa cara salah satunya adalah publikasi melalui media.

Menjalin hubungan yang baik dengan para awak media dapat dilakukan dengan menjalankan aktivitas yang ada di dalam *media relations*. Aktivitas *media relations* itu diantaranya pelaksanaan pers release, konferensi pers, *media gathering*, *media center*, *media visit* dan sebagainya. Media relation harus rutin dilakukan agar hubungan Perusahaan dengan media terus terbangun sehingga disaat waktu-waktu krisis media juga dapat membantu perusahaan dalam mengontrol informasi-informasi yang beredar di masyarakat.

Pentingnya *Media Relation* juga dirasakan oleh PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam menyebarluaskan informasi program-program yang diselenggarakan seperti pendistribusian dan pemasaran produk energi, Bahan Bakan Minyak (BBM), *Liquefied Petroleum Gas* (LPG), Pelumas, *Avtur*, Aspal dan produk petrokimia untuk kebutuhan konsumen retail maupun korporat di wilayah Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur. Salah



satu program entertain yang diselenggarakan oleh PT. Pertamina Patra Niaga adalah *event* “Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box”.

Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor *Communication & Relation* PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus yang beralamat di Jl. Jagir Wonokromo No.88, Jagir, Kec. Wonokromo, Surabaya, Jawa Timur 60243.

Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah *Communication & Relation* PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus. Peneliti akan melakukan penelitian pada pihak-pihak yang berkompeten pada media relation di PT. Pertamina Patra Niaga *Regional* Jatimbalinus.

Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah aktivitas *Communication & Relation* pada proses media relation untuk mempublikasikan *event* “Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box” di kota Surabaya, dan Bali.

Teknik Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *depth interview* atau wawancara. Wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan secara lisan dari informan yang bertanggungjawab akan topik penelitian ini. Wawancara dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber yang merupakan orang ahli serta berpengetahuan tentang informasi yang dibutuhkan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan ketika pewawancara sudah mengetahui dengan *Psti* apa yang didapat. Peneliti akan menyiapkan instrument wawancara yaitu berupa daftar pertanyaan, alat bantu perekam, dokumentasi, dan lain-lain. Penelitian ini akan menggunakan metode observasi dan dokumentasi sebagai pelengkap dalam teknik pengumpulan data.

Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan menafsirkan dan menguraikan data yang ada bersamaan dengan situasi yang sedang terjadi agar memperoleh data yang jelas. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian *grounded* atau model Miles dan Huberman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Aktivitas Media Relation PT.Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam Publikasi Event “Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box”.

Pertamina MotoGP Ultimate Box merupakan event atau acara yang dibuat oleh PT.Pertamina (Persero) dalam rangka memeriahkan Pertamina Grand Prix of Indonesia 2023 atau MotoGP Mandalika 2023. Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box hadir dan diselenggarakan dikota-kota besar Indonesia termasuk kota besar di Jawa dan Bali, dalam pengenalan serta menarik simpati masyarakat perlu dilakukannya penyebaran informasi atau publikasi agar masyarakat atau public dapat mengetahui serta terpengaruhi untuk hadir pada event ini. Dalam kegiatan publikasi di wilayah Jawa dan Bali PT.Pertamina (Persero) menyerahkan tugas dan wewenang kepada PT.



Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus yang dijalankan oleh public relation atau divisi Communication Relation. Kegiatan publikasi ini tidak lepas dari peran media atau wartawan sebagai jembatan penyampaian informasi kepada masyarakat.

Melalui aktivitas media relation antara public relation PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dengan para awak media dapat membangun sinergi serta mempermudah penyampaian informasi yang sesuai dan menambah hubungan baik yang menguntungkan antara PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dengan para awak media. Pada event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box di wilayah Jawa Timur dan Bali atau lebih tepatnya di kota Surabaya dan Bali public relation PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus menggandeng media local dan nasional diantaranya 5 media Surabaya yaitu Tribun News, Duta.Co, Berita Jatim, Global News, Bhirawa, serta 10 media Bali yaitu Kumparan Kanal Bali, Tribun News Bali, Voi.id, Suara Denpasar, Antara News Bali, Radar utama, Indo Bali News, Nusa Bali, Update Bali Media relation yang dilakukan oleh public relation terdapat beberapa jenis aktivitas beserta hasil atau output yang berbagai macam,

1. Pers Realease

Dalam rangka publikasi MotoGP Ultimate Box di kota Surabaya Comm,Rel & CSR PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus melakukan kegiatan media relation berupa membuat Press Realese yang disebarkan kepada awak media untuk dipublikasikan di media berita baik cetak maupun online. Hal ini merupakan strategi PR yang digunakan oleh PT.Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus untuk menyukseskan acara ini. Press Release yang dibuat memuat tanggal event, kutipan penjelasan area manager Comm,Rel & CSR PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus mengenai event yang diselenggarakan, serta komentar pengunjung yang datang pada event tersebut

SIARAN PERS

Adu Cepat Demi Raih Tiket MotoGP Gratis di Grand City Mall Surabaya Lewat Turbo Ultimate Experience Surabaya (20/9) - Tak terasa gelaran Pertamina Moto Grand Prix (GP) of Indonesia 2023 di Mandalika tinggal dalam hitungan hari. Setelah sukses pada gelaran perdananya tahun lalu, kini Pertamina MotoGP Mandalika hadir kembali tanggal 13-15 Oktober 2023 di Nusa Tenggara Barat. Area Manager Comm, Rel & CSR Ahad Rahedi mengatakan untuk memeriahkan event MotoGP Pertamina menggelar beberapa aktivasi dan promosi baik secara online maupun offline. “Secara online masyarakat bisa membeli tiket di aplikasi MyPertamina dengan keuntungan tambahan poin dan cashback berupa e-voucher BBM sesuai tiket yang dibeli. Selain itu ada juga Gamification melalui Pertamax Turbo Ultimate Experience di aplikasi tersebut yang bisa dimainkan siapa saja dengan sistem tukar poin MyPertamina. Pengguna dengan catatan waktu terbaik akan mendapatkan tiket nonton Moto GP di Royal Box dan seluruh akomodasi di tanggung oleh Pertamina, “ ujar Ahad Selain itu secara offline Pertamina juga melakukan road show ke beberapa kota besar melalui Pertamina Ultimate Experience Box. Disitu pengunjung bisa merasakan sensasi berkendara layaknya pembalap MotoGP. Setelah sukses di beberapa kota sebelumnya, kali ini giliran warga Surabaya dan sekitarnya merasakan serunya Ultimate Experience Box di Grand City Mall Tanggal 20-21 September 2023. “Pertamina mengajak warga Surabaya dan sekitarnya merasakan pengalaman menjadi pembalap MotoGP mulai di Grand City Mall yang dibuka mulai pukul 10.00 hingga 22.00 WIB. Pembalap dengan catatan waktu terbaik di Surabaya berkesempatan mendapatkan tiket MotoGP Gratis,” pungkas Ahad. Terinspirasi dari Pit



Garage yang di pakai para pembalap MotoGP, Pertamina membawa The Ultimate Box untuk singgah ke Surabaya untuk mengajak warga Surabaya merasakan pengalaman menjadi Pembalap MotoGP dengan bermain di Official Simulator MotoGP yang didatangkan langsung dari Italia, negara penggagas turnamen tersebut. Andri pengunjung Grand City Mall yang mencoba langsung Simulator tersebut menuturkan awalnya ia mengira gampang, namun setelah menaikinya ternyata merasakan kesusahan menjadi seorang pembalap MotoGP. “Awalnya saya kira gampang, banyak jatuhnya tapi lumayan td finish 3 menitan, pengen nyobain lagi langsung registrasi ulang setelah ini,” ujar Andri Pers release yang dibuat oleh public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus sudah memenuhi syarat-syarat penulisan press release menurut Effendy dalam buku Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis (1992:161-162).

Kesesuaian syarat penulisan pada press release ini yaitu, penulisan mengandung nilai berita, menyajikan fenomena atau event yang baru diselenggarakan, penulisan menggunakan teknik piramida terbalik dimulai dari penjelasan mengenai event yang diselenggarakan, dilanjutkan dengan informasi ajakan, dan ditutup dengan testimonia tau pernyataan pengunjung event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box. Penulisan press release ini juga menggunakan rumus 5W+1H, dan menggunakan kata-kata umum yang mudah dimengerti dan kata-kata yang sedang trend.

2. Press Tour

MotoGP Ultimate Experience Box Surabaya Com,Rel & CSR PT.Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus juga mengadakan press tour sebagai agenda strategi publikasi event MotoGP Ultimate Box di Surabaya, yang mana Com,Rel PT.Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus mengundang awak media untuk datang merasakan experience dari simulasi MotoGP Ultimate Box serta dapat meliput jalannya 50 acara dan dapat dipublikasikan di masing-masing media berita. Hasil output dari presss tour event ini adalah 15 publikasi di media berita online

3. Press Kit

Press Kit merupakan dokumen berisi sumber informasi yang dibuat oleh public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus untuk diserahkan kepada pers atau media untuk bahan membuat berita atau artikel yang nantinya akan dipublikasikan kepada public. Press kit berisi informasi mengenai perusahaan, produk, dan event yang telah diselenggarakan oleh Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus.

Pada publikasi event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus juga membuat press kit sebagai aktivitas media relation, press kit ini diserahkan kepada media Surabaya dan Bali sebagai bahan untuk pempublikasian event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box dimasing-masing kota. Press kit event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box berupa dokumen yang dikirimkan secara online dalam satu link yang bisa diakses oleh para awak media.

Press kit ini berisikan,

- a.Press release berisikan informasi dalam bentuk berita mengenai event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box yang dibuat oleh public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus.
- b.Dokumentasi berupa foto dan video event MotoGP Ultimate Experience Box.



B. Hasil Aktivitas Media Relation PT.Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam Publikasi Event “Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box”.

Aktivitas media relation yang telah dilakukan merupakan hal penting dalam prinsip umum media relation, dalam membangun hubungan dengan media divisi communication & relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus melakukan,

1. Memahami dan melayani media dalam bentuk press tour, dimana divisi communication relation melakukan persiapan-persiapan untuk menjamu para rekan-rekan media, seperti menyediakan transportasi dari titik kumpul menuju ke lokasi event, konsumsi, bingkisan, serta biaya kehadiran yang diberikan kepada masing-masing perwakilan media yang hadir.
2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya, dimana divisi communication relation menyediakan informasi-informasi mengenai event Pertamina MotoGP Ultimate Box berupa paket press atau presskit yang berisi segala informasi serta dokumentasi, selain itu divisi communication relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus juga bersedia memberikan informasi terkait yang tidak ada di dalam press kit. Aktivitas media relation ini juga menghasilkan hubungan yang sesuai dengan tujuan media relation yaitu,
 1. Informasi serta data mengenai event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box yang diselenggarakan di kota Surabaya dan Bali yang berkembang di media massa benar adanya, dan bukan informasi atau data palsu.
 2. Memperoleh sarana yang tepat dalam mempublikasikan seluruh kegiatan selama berlangsungnya event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box yang diselenggarakan di kota Surabaya dan Bali.
 3. Menghasilkan umpan balik dan respon public yang baik dilihat dengan antusiasme masyarakat lokal maupun interlokal yang hadir pada event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box di kota Surabaya dan Bali. Selain hadirnya para pengunjung yang hadir dapat dilihat pembaca tayangan berita pada setiap media kurang lebih 1.000 hingga 3.000 pembaca.
 4. Timbul kepercayaan serta sinergi antara Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dengan para media. Dapat dilihat dengan para perwakilan media yang hadir dalam undangan press tour semua mempublikasikan event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box yang diselenggarakan di kota Surabaya dan Bali dengan sesuai arahan dan harapan public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus.

Aktivitas media relation berupa Press Release, Press Tour, Press Kit yang telah dilakukan oleh Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam mempublikasikan event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box di kota Surabaya dan Bali memperoleh hasil yang cukup baik, yaitu semua media dapat dikordinasikan dengan baik dan mampu menghasilkan produk publikasi press, serta menghasilkan antusiasme public untuk mengetahui dan hadir dalam event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box di kota Surabaya dan Bali. Tidak hanya itu event ini juga memperoleh penghargaan Marketeers Editor,s Choice Award 2023 dengan kategori Customer Engagement trough Gamification of The Year.

C.Kendala Aktivitas Media Relation PT.Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam Publikasi Event “Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box”

Kendala yang dihadapi oleh Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam melakukan aktivitas media relation pada publikasi event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box adalah,



1. Terjadi keterlambatan pembukaan event diakibatkan oleh kendala teknis dalam mempersiapkan alat simulator sehingga mengakibatkan awak media menunggu. Namun hal ini dapat diatasi dengan memberikan tempat tunggu serta makanan ringan untuk para awak media.
2. Venue atau lokasi acara berada diluar ruangan dan kurangnya tempat untuk berteduh yang mengakibatkan alat-alat dokumentasi menjadi cepat panas dan talent menjadi terganggu sehingga proses pengambilan video atau gambar sedikit memerlukan waktu yang cukup lama, serta sedikit mengurangi ketertarikan publik sekitar venue untuk mengunjungi event ini. Hal ini dapat diatasi dengan memberikan payung agar alat-alat tertutupi dari sinar matahari dan kipas agar dapat mendinginkan alat

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Praktisi public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus telah melaksanakan berbagai aktivitas media relation dengan menggabungkan unsur kreativitas dalam mempublikasikan event nasional Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box di kota Surabaya dan Bali sebagai tanggung jawab wilayah teritori mereka. Pada kegiatan ini public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus hanya melakukan 3 aktivitas media relation yaitu, Press Release, Pers Tour, dan Media Kit. Press Release yang dibuat oleh public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus ditulis untuk memberikan referensi kepada awak media, dan media akan menulis berita sesuai dengan konsep atau pedoman yang telah diberikan. Pers Tour yang dibuat oleh public relation Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus merupakan fasilitas serta bentuk pelayanan kepada awak media dengan tujuan para awak media dapat mengetahui bagaimana kondisi real event Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box sehingga memperoleh hasil publikasi yang baik. Media Kit dibuat dan diberikan kepada awak media agar menjadi bahan publikasi di masing-masing media. Dengan dilakukannya tiga aktivitas media relation ini dapat memperoleh hasil yang cukup memuaskan yaitu banyaknya antusiasme public untuk mengetahui serta mencoba secara langsung simulator MotoGP, serta dapat membangun lebih lagi hubungan baik antara Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dengan para awak media Surabaya dan Bali yaitu, Tribun News Surabaya, Duta.co, Berita Jatim, Global News, Bhirawara, Kumparan, Tribun News Bali, Republika, Voi.id, Suara Denpasar, Antara News Bali, Radar Utama, Indo Bali News, Nusa Bali, Update Bali.

Saran

Setelah peneliti melakukan observasi dan juga melakukan pembelajaran terkait kegiatan media relation yang dilakukan oleh public relation PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus dalam upaya mempublikasikan event “Pertamina MotoGP Ultimate Experience Box” yang diselenggarakan di Surabaya dan Bali sebagai tanggung jawab teritori PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus. Oleh karena itu untuk pengembangan penelitian dibidang komunikasi, peneliti memberikan saran mengenai aktivitas media relation agar kedepannya lebih baik lagi. Dengan tidak mengurangi rasa hormat dan terimakasih penulis kepada pihak Perusahaan, pada kesempatan ini penulis memberikan beberapa masukan, diantaranya:

1. Diharapkan public relation PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus lebih sering mengadakan pertemuan dengan awak media agar dapat terjalin hubungan yang lebih erat lagi, serta semakin menumbuhkan rasa saling percaya, agar apabila PT. Pertamina Patra Niaga



Regional Jatimbalinus mengadakan event kembali, semakin banyak media yang berkenan untuk hadir.

2. Diharapkan dalam publikasi kegiatan atau event PT. Pertamina Patra Niaga Regional Jatimbalinus lebih banyak melakukan aktivitas media relation seperti press conference, press visit, dan press briefing agar penyebaran informasi dapat lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press. akudigital.com. (2024a, January 15). *Pengertian Press Briefing / Jumpa Pers dan Hal-hal yang perlu diperhatikan*. Akudigital.Com. <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/pengertian-press-briefing-jumpa-pers-dan-hal-hal-yang-perlu-diperhatikan/>
- akudigital.com. (2024b, January 15). *Peranan Media Relations serta Tujuannya*. Akudigital.Com. <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/peranan-media-relations/>
- Amin, M. S. (2020). *Penerapan Model Pembelajaran Example non Example Pada Mata Pelajaran*

Akidah Akhlak di MTs Matholiul Huda Kudus Tahun Ajaran 2018/2019 [Skripsi]. IAIN Kudus.

antaranews.com. (2023, October 7). *Pertamina hadirkan simulator MotoGP di Bali*. Antaranews.Com.

<https://www.antaranews.com/berita/3762204/pertamina-hadirkan-simulator-motogp-di-bali>

Asmarani, R. (2022). *Penyebaran Press Release Melalui Website Sebagai Upaya Diskominfo Dalam Keterbukaan Informasi Kepada Masyarakat Lampung* [Tugas Akhir]. Universitas Lampung.

Aziz, A. (2018). *Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi Publik* [Skripsi]. UIN Alauddin Makassar.

Baqiroh, N. F. A. B. (2014). *Aktivitas Media Relations Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Kegiatan Sosialisasi Program Pusat Layanan Internet (PLIK)* [Skripsi]. UIN Syarif Hidayatullah.

binus.ac.id. (2017, September). *Media Relations Sebagai Konsistensi Public Relations dalam Membangun Reputasi Perusahaan*. Binus.Ac.Id. <https://binus.ac.id/malang/2017/09/media-relations-sebagai-konsistensi-public-relations-dalam-membangun-reputasi-perusahaan/>



- Chusni, A. V. (2023, October 8). *Sensasi Riding MotoGP Hadir di Bali, PertaminaHadirkan Pertamina Turbo Ultimate Box Artikel ini telah tayang di Tribun-Bali.com dengan judul Sensasi Riding MotoGP Hadir di Bali, PertaminaHadirkan Pertamina Turbo Ultimate Box*. Bali.Tribunnews.Com.
<https://bali.tribunnews.com/2023/10/08/sensasi-riding-motogp-hadir-di-bali-pertamina-hadirkan-pertamax-turbo-ultimate-box>
- Putra, R. F., & Ramadhana, M. R. (2021). Pengaruh Pola Komunikais Keluarga Terhadap Prestasi Belajar Anak. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1895–1905.
- Raharjo, R. S. (2016). Media Relations Di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif Terhadap Kegiatan Media Relations TVRI Yogyakarta dan Jogja TV). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 9(2), 5–14.
- Rahutomo, A. N. (2013). Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada Pt Pln (Persero) Rayon Di Samarinda Iilir. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 324–340.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Zeyra, S. H. (2023). *Peran Public Relations Menjalankan Media Relation Dalam Publikasi Program Kesehatan Tzu Chi Sinarmas* [Tugas Akhir]. Universitas Nasional.