

ABSTRAK

Perkembangan media di Indonesia bahkan di seluruh dunia telah mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Salah satu faktor perkembangan media tersebut dipacu dengan adanya kemajuan teknologi sehingga adanya perubahan dari media cetak menuju media *digital*. Hal ini yang menyebabkan media lama atau media cetak yang mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Ini merupakan peran bagian komunikasi pemasaran dalam meningkatkan citra kembali dari sesuatu yang sudah tertinggal. Seperti yang dilakukan PT Pikiran Rakyat dalam meningkatkan citra baik media cetak yang mulai tertinggal, Pikiran Rakyat membuat suatu kegiatan edukasi melalui sebuah *event* yang bernama “Ohle Goes to Kampus”. *Event* tersebut memberikan pemahaman betapa pentingnya sebuah media dan bagaimana cerdas dalam memilih media. Sebuah *event* tentunya harus memiliki karakteristik sebagai tanda atau ciri dari *event* lainnya. Karena sebuah *event* dikatakan menarik jika terdapat karakteristik yang berbeda dengan *event* lainnya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data yang diperoleh di penelitian ini melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari lima orang informan yang terbagi atas dua bagian yaitu informan inti dan informan pendukung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *event* Ohle Goes to Kampus memiliki karakteristik diantaranya adalah keunikan yang terdapat di materi yang berbeda dan bermanfaat dari *event* lainnya, *perishability* atau tempat yang cukup memadai di setiap kampus, *intangibility* atau hal yang diingat pada *event* tersebut adalah ilmu jurnalistik, perbedaan media, dan ilmu fotografi jurnalistik yang sangat berguna, interaksi personal yang terjadi di *event* tersebut diantaranya adanya tanya jawab, *doorprize*, dan juga *livetweet*. Dan suasana yang terjadi pada *event* tersebut adalah suasana yang fokus, santai, dan antusias.

Kata Kunci : Karakteristik Event, Ohle Goes to Kampus, PT Pikiran Rakyat