

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas manajemen *stakeholder* dalam aktivitas digital PR *event* yang telah diselenggarakan oleh Bank BJB di masa pandemi. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana manajemen *stakeholder* yang terjadi ketika digital PR *event* berlangsung. Penelitian ini berfokus pada manajemen *stakeholder* mengenai kualitas, keamanan, kewajiban, dan keinginan *stakeholder* terhadap digital PR *event* yang telah diselenggarakan oleh Bank BJB di masa pandemi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif inferensial. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling purposive* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang pernah mengikuti dua atau tiga digital PR *event* yang telah diselenggarakan Bank BJB di masa pandemi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel digital PR *event* terhadap manajemen *stakeholder*. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,640 > 1,987$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa manajemen *stakeholder* dalam aktivitas digital PR *event* yang telah diselenggarakan Bank BJB di masa pandemi dilakukan dengan efektif meskipun terdapat kendala atau hambatan pada pelaksanaannya, tetapi pihak penyelenggara *event* yaitu Bank BJB dapat mengatasinya dengan baik.

Kata Kunci: Digital PR *Event*, Manajemen *Stakeholder*, Pandemi