

ABSTRAK

Media relations merupakan salah satu kegiatan *Public Relations* yang penting bagi sebuah perusahaan. PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Adisutjipto sebagai salah satu perusahaan yang mengelola Bandar Udara tersibuk ketiga di pulau Jawa sangat membutuhkan peran media untuk mempublikasikan program-program perusahaan. Dalam kenyataannya, kegiatan ini belum bisa berjalan dengan optimal, terdapat banyak kendala dan belum pernah dilakukan evaluasi terhadap kegiatan ini. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi *media relations* dan kerjasama PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Adisutjipto dengan media dalam mempublikasikan program perusahaan pada tahun 2015. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Perencanaan strategi *media relations* yang dilakukan adalah *media visit*, *media gathering*, pertemuan non-formal, konferensi pers, menjadi narasumber media, *special event*, *release* dan *website*, 2) Pelaksanaan kegiatan *media relations* di tahun 2015 belum bisa berjalan dengan optimal meskipun sudah cukup baik, 3) Kendala terbesar dalam kegiatan *media relations* adalah kurangnya staf di bagian Humas, 4) Hubungan media dengan pihak PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Adisutjipto terjalin baik dengan membangun hubungan yang baik secara personal, 5) PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Adisutjipto terus memperbaiki kekurangan-kekurangan pada kegiatan *media relations* di tahun-tahun sebelumnya agar bisa lebih optimal di dalam pelaksanaannya.

Kata kunci : *media relations*, strategi, Angkasa Pura

ABSTRACT

Media relation is one of the Public Relations activities that are important to a company. PT. Angkasa Pura I (Persero) Adisucipto International Airport as one of the company that manages the third busiest airport in Java Island need media to publicize the company's programs. In fact, this activity has not been able to run optimally, there are many obstacles and has never been an evaluation of these activities. The purpose of this study are to determine how the media relations strategies and cooperation PT. Angkasa Pura I (Persero) Adisucipto International Airport by the media in publicizing the company's program in 2015. This study is a qualitative research, by collecting data through observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that 1) media relations planning strategies are by doing media visit, media gathering, group communication, informal meeting, the press conference, become a speaker media, special events, releases and websites, 2) The implementation of media relations in 2015 couldn't run optimally despite being good enough, 3) the biggest obstacle in media relations activities is the lack of staff in the PR department, 4) media relations with PT. Angkasa Pura I (Persero) Adisucipto International Airport is established by building a good relationship personally, 5) PT. Angkasa Pura I (Persero) Adisucipto International Airport continues to improve the deficiencies in media relations activities in previous years, in order to be optimal in the observance.

Keywords: media relations, strategy, Angkasa Pura