

ABSTRAK

Perkembangan media massa saat ini, membawa tantangan bagi *public relations* untuk melakukan pemetaan media sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hotel Crystal Lotus sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa akomodasi menginap, membutuhkan sebuah publikasi media untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini untuk memaparkan bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan oleh *public relations* dalam meningkatkan citra perusahaan dan hambatan yang terjadi selama melaksanakan kegiatan *media relations* sebagai evaluasi dari strategi yang sudah dilaksanakan oleh perusahaan selama ini. Penelitian ini menggunakan teori *relationship management*, konsep *media relations*, dan konsep citra perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi *media relations* yang dijalankan oleh *public relations* Hotel Crystal Lotus dalam meningkatkan citra perusahaan, yaitu dengan membangun hubungan baik dengan lembaga media secara formal dan membangun hubungan baik dengan pekerja media secara informal. Kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh perusahaan, antara lain *media visit*, *special event*, mengundang media untuk berkunjung ke perusahaan, memasok *press release*, wawancara *pers*, dan *radio talkshow*. Upaya meningkatkan citra perusahaan dipengaruhi oleh tiga komponen, yaitu kesan, kepercayaan dan sikap dari konsumen. Faktor penghambat dalam melakukan strategi *media relations* antara lain adanya keterbatasan waktu *public relations* dengan media dan perbedaan pandangan *public relations* dengan media.

Kata Kunci:

Strategi *media relations*, citra perusahaan

ABSTRACT

The development of mass media today, bringing the challenge for public relations to do media mapping in accordance with the needs of the company. Hotel Crystal Lotus as a company engaged in accommodation, requires a media publication to enhance the company's reputation. The purpose of this study is to describe how media relations strategy conducted by public relations in improving corporate image and barriers that occur during conducting media relations activities as an evaluation of strategies that have been implemented by the company so far. This study uses relationship management theory, media relations concept, and concept of corporate image. The method used in this research is qualitative descriptive. Data collection was done by interview, observation and documentation. The results can be concluded that media relations strategy run by public relations Hotel Crystal Lotus in improving corporate image, that is by establishing good relationship with media institution formally and build good relationship with media workers informally. Media relations activities conducted by the company, among others media visit, special event, invite media to visit the company, supplying press release, press interview, and radio talk show. Efforts to improve corporate image is influenced by three components, namely the impression, trust and attitude of consumers. The obstacles in doing media relations strategy are the limited time of public relations with the media and the different views of public relations with the media.

Keywords: media relations strategy, corporate image