

ABSTRAK

Hilwa Nabila Nurazizah : Strategi *Media Relations* Humas Kebun Raya Bogor Sebagai Upaya Mempertahankan Pemberitaan Positif di Media

Kebun Raya Bogor, sebagai kebun raya tertua di Asia Tenggara dan destinasi wisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, memerlukan hubungan yang baik dengan media, yang dikenal dengan istilah *Media Relations*. Maka dari itu, Kebun Raya Bogor menerapkan strategi *Media Relations* sebagai upaya untuk mempertahankan pemberitaan positif di media.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Media Relations* yang dilakukan Kebun Raya Bogor sebagai upaya mempertahankan pemberitaan positif di media. Landasan penelitian ini menggunakan konsep strategi *Media Relations* yang dikembangkan oleh Yosol Iriantara meliputi tahapan mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan menjelaskan gambaran strategi *Media Relations* yang dilakukan di Kebun Raya Bogor sebagai upaya mempertahankan pemberitaan positif di media. Proses pengumpulan data dilaksanakan melalui observasi partisipasi aktif, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebun Raya Bogor melakukan kegiatan *Media Relations* dengan tiga strategi utama. Pertama, mengembangkan strategi aktivitas *Media Relations* melalui analisis faktor yang memengaruhi aktivitas *Media Relations* yakni SWOT, koordinasi dengan media yang berada di perusahaan induk, serta pengelolaan berita negatif atau situasi krisis. Kedua, mengelola relasi dengan media melalui pembangunan relasi institusional dan Pembangunan relasi personal serta pemilihan *media list*. Ketiga, mengembangkan jaringan dengan menjalin koordinasi dengan organisasi wartawan, komunitas hobi, serta memanfaatkan platform digital agar jangkauan komunikasi semakin optimal.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kebun Raya Bogor menjalankan kegiatan *Media Relations* secara formal maupun non formal bersama media berdasarkan strategi *Media Relations* yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara

Kata Kunci : *Media Relations*, Humas Pariwisata

ABSTRACT

Hilwa Nabila Nurazizah : *Media Relations Strategy by the Public Relations Division at Kebun Raya Bogor to Sustain Positive Media Coverage*

Kebun Raya Bogor, as the oldest botanical garden in Southeast Asia and a tourist destination for both local and international visitors, requires a strong relationship with the media, commonly referred to as media relations. The media relations strategy is implemented by Kebun Raya Bogor as an effort to maintain positive media coverage.

This research aims to identify the media relations strategy implemented by Kebun Raya Bogor as an effort to sustain positive media coverage. The theoretical framework of this research is based on the media relations strategy concept developed by Yosol Iriantara, which includes the stages of managing relationships, developing strategies, and expanding networks.

The paradigm used in this research is constructivism, employing a qualitative approach. The method applied is descriptive qualitative, which aims to provide a comprehensive overview of the media relations strategy carried out by Kebun Raya Bogor to maintain favorable media coverage. Data collection was conducted through active participant observation, in-depth interviews, and documentation.

The results of the study indicate that Kebun Raya Bogor implements media relations activities through three main strategies. The first strategy involves developing media relations initiatives by analyzing factors that influence their effectiveness, such as conducting a SWOT analysis, coordinating with media outlets under the parent company, and managing negative news or crisis situations. The second strategy focuses on managing relationships with the media by building both institutional and personal connections, as well as selecting an appropriate media list. The third strategy emphasizes network development through collaboration with journalist organizations, engagement with hobbyist communities, and the use of digital platforms to optimize communication reach.

In conclusion, Kebun Raya Bogor conducts media relations activities in both formal and informal ways, guided by the media relations strategy framework proposed by Yosol Iriantara.

Keywords: *Media Relations, Tourism Public Relations*