

ABSTRAK

Sheila Nurhalisa: Strategi *Media Relations* Humas PT KAI Daop 2 Bandung dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan.

Pergerakan arus informasi bergerak cepat dan transparansi perusahaan menjadi faktor penting dalam era digital saat ini, khususnya dalam implementasi strategi komunikasi korporat di bidang *media relations*. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membangun kredibilitas perusahaan melalui publikasi berbagai kegiatan dan informasi strategis. Melalui optimalisasi aktivitas *media relations*, perusahaan mampu mendorong pemberitaan yang dimuat oleh media yang memiliki sentimen positif, sehingga dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata publik.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami strategi *media relations* yang memiliki relevansi dengan konsep Hubungan Pers yang Baik, mencakup memahami dan melayani media, membangun reputasi perusahaan agar dapat dipercaya, menyediakan salinan yang baik, membangun kerja sama dalam penyediaan materi, dan membangun hubungan personal dengan media yang dilakukan oleh Humas PT KAI Daop 2 Bandung.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang menekankan pemahaman setiap individu sesuai dengan sudut pandang masing-masing pihak yang melaksanakan *media relations*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pihak terkait dan dokumentasi berbagai bentuk kegiatan *media relations*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Daop 2 Bandung telah menerapkan kegiatan *media relations*, diantaranya mengelola informasi publik, melalui distribusi informasi dan kerja sama yang baik, membangun relasi yang responsif dan saling menguntungkan, dan berperan sebagai mediator antara media dan narasumber internal perusahaan dalam kegiatan wawancara. Menjaga kredibilitas informasi melalui penyediaan data yang akurat, keterbukaan informasi, dan komunikasi timbal balik dengan media. Menjaga akurasi informasi melalui fungsi foto dan video berkualitas dalam membangun narasi yang jelas dan optimalisasi *press release* sebagai upaya memperkuat posisi informasi perusahaan di media. Mengelola dan menyediakan informasi melalui aktivitas *media relations* dengan menyiapkan kegiatan wawancara untuk meningkatkan kredibilitas informasi, serta pelaksanaan konferensi pers. Membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan media melalui komunikasi yang terbuka dalam memberikan informasi, komitmen terhadap kebenaran informasi, dan fungsi sikap saling menghargai dan menghormati sebagai dasar penguatan relasi Humas dan media.

Kata Kunci: *Media Relations*, Humas PT KAI Daop 2 Bandung, Konsep Hubungan Pers yang Baik, Media, Citra Positif

ABSTRACT

Sheila Nurhalisa: *Media Relations Strategy of Public Relations of PT KAI Daop 2 Bandung in Maintaining the Company's Positive Image.*

The movement of information flows is fast and corporate transparency is an important factor in today's digital era, especially in the implementation of corporate communication strategies in the field of media relations. This is done with the aim of building the company's credibility through the publication of various activities and strategic information. Through optimizing media relations activities, the company is able to encourage news published by the media that has positive sentiments, so as to strengthen the company's positive image in the eyes of the public.

This research was conducted to understand media relations strategies that have relevance to the concept of Good Press Relations, including understanding and serving the media, building the company's reputation to be trusted, providing good copy, building cooperation in providing materials, and building personal relationships with the media carried out by Public Relations of PT KAI Daop 2 Bandung..

This research uses a constructivism paradigm that emphasizes the understanding of each individual according to the point of view of each party implementing media relations. This research uses descriptive qualitative methods, with data collection techniques through in-depth interviews with related parties and documentation of various forms of media relations activities.

This research shows that Daop 2 Bandung Public Relations has implemented media relations activities, including managing public information, through information distribution and good cooperation, building responsive and mutually beneficial relationships, and acting as a mediator between the media and internal company sources in interview activities. Maintaining information credibility through the provision of accurate data, information disclosure, and mutual communication with the media. Maintain information accuracy through the function of quality photos and videos in building a clear narrative and optimizing press releases as an effort to strengthen the company's information position in the media. Manage and provide information through media relations activities by preparing interview activities to increase information credibility, as well as conducting press conferences. Build and maintain good relations with the media through open communication in providing information, commitment to the truth of information, and the function of mutual respect and respect as the basis for strengthening PR and media relations.

Keywords: *Media Relations, Public Relations of PT KAI Daop 2 Bandung, Concept of Good Press Relations, Media, Positive Image*