

## ABSTRAK

**Saffanah Djehan Adnin:** Strategi *Media Relations* Humas Perumda Tirtawening Kota Bandung dalam Membangun Reputasi Perusahaan.

Media massa merupakan sarana yang kerap digunakan oleh praktisi *Public Relations* dalam melaksanakan kegiatan komunikasi dengan publik – publiknya. Humas Perumda Tirtawening Kota Bandung merupakan salah satu perusahaan yang telah menyadari betapa pentingnya menjalin sinergitas yang positif dengan pihak media massa untuk membangun reputasi sebagai perusahaan yang bertanggung jawab.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan upaya yang dilakukan oleh Perumda Tirtawening Kota Bandung dalam membangun hubungan yang harmonis dengan media massa menggunakan konsep strategi *Media Relations* dan Model *Two-way Symmetric* yang dikemukakan oleh Grunig, sehingga banyak media – media lokal yang memberikan pemberitaan yang memberikan dampak positif bagi perusahaan dalam membangun reputasi yang baik di mata publik.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif-kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dari sudut pandang masyarakat atau cara seseorang dalam mengamati fenomena yang ada di sekitarnya. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena berusaha untuk memahami proses dan interaksi sosial yang terjadi antara praktisi Humas Perumda Tirtawening Kota Bandung dengan pihak media dengan mengkonstruksikan strategi *Media Relations*. Melalui pendekatan interpretatif penelitian ini dapat lebih menginterpretasikan data – data yang ada serta dapat menjelaskan bagaimana strategi *Media Relations* Humas Perumda Tirtawening Kota Bandung dalam membangun reputasi perusahaan.

Hasil dari penelitian ini diinterpretasikan menggunakan konsep strategi *Media Relations* yang dikemukakan oleh Yosel Iriantara dengan membagikan strategi tersebut kedalam tiga tahapan, yaitu: 1) mengelola relasi, Humas Perumda Tirtawening membangun hubungan baik dengan pihak media dengan strategi membentuk tim media internal perusahaan, memilih dan memilah media yang tepat, dan melaksanakan program-program *Media Relations*. 2) mengembangkan strategi relasi dengan meningkatkan publisitas untuk meraih tujuan perusahaan. 3) mengembangkan jaringan, Humas Perumda Tirtawening Kota Bandung memanfaatkan relasi yang telah terjalin dengan melebarkan *network*-nya melalui strategi menjalin hubungan dengan organisasi profesi kewartawanan seperti Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Kota Bandung, dan organisasi kemasyarakatan seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan komunitas lainnya.

Kata Kunci: *Media Relations*, *Two-way Symmetric*, Perumda Tirtawening Kota Bandung

## **ABSTRACT**

***Saffanah Djehan Adnin: Media Relations Strategy of Public Relations Perumda Tirtawening Bandung in Building The Company's Reputation***

*Mass media is a means that is often used by public relations practitioners in carrying out communication activities with the public. Public Relations Perumda Tirtawening Bandung is one of the companies that has realized how important it is to establish a positive synergy with the mass media to build a reputation as a responsible company.*

*This research aims to illustrate the efforts made by Perumda Tirtawening Bandung in building a harmonious relationship with the mass media using the concept of Media Relations strategy and Two-way Symmetric Model put forward by Grunig, so that many local media that provide news that gives a positive impact for the company in building a good reputation in the public.*

*The research method used is descriptive-qualitative research that is research conducted from the point of view of society or the way a person observes the phenomena around it. This research uses the paradigm of constructivism because it seeks to understand the process and social interaction that occurs between Public Relations practitioners Perumda Tirtawening Bandung city and the media by constructing a media relations strategy. Through an interpretive approach this research can better interpret the data and can explain how the strategy of Media Relations Public Relations Perumda Tirtawening Bandung in building the company's reputation.*

*The results of this study are interpreted using the concept of Media Relations strategy put forward by Yosai Iriantara by sharing the strategy into three stages, namely: 1) managing relations, Public Relations Perumda Tirtawening build good relations with the media by forming a strategy to form an internal media team of the company, select and sort the right media, and implement Media Relations Programs. 2) develop a relationship strategy by increasing publicity to achieve the company's goals. 3) developing the network, Public Relations Perumda Tirtawening Bandung city utilizes the relationship that has been established by widening its network through a strategy of establishing relationships with professional organizations such as the Indonesian Journalists Association (PWI) Bandung City, and community organizations such as non-governmental organizations (NGOs) and other communities.*

***Keywords: Media Relations, Two-way Symmetric, Perumda Tirtawening Bandung***