

ABSTRACT

PT. Angkasa Pura I (Persero) Adi Soemarmo Surakarta Airport is one of the branches of PT. Angkasa Pura I (Persero). The purpose of this study is to know the media relations strategy of PT. Angkasa Pura I (Persero) Surakarta in maintaining and improving the company's image. The results of this study shows that the strategy of media relations carried out by public relations PT. Angkasa Pura I (Persero) Surakarta are providing information, building personal relations with journalists, public relations also maintains communication with journalists and the media, and provides facilities and do meetings with the media. Media relations activities that involving the press are press releases, press conferences, facility presses, electronic communications, press gathering. The impact of the media relations of Public Relations PT. Angkasa Pura I (Persero) Surakarta is a good relationship between the media and the company. Then, positive news is contained in the mass media so it is maintain the company's positive image.

Key words: Media, Relations, Strategy, PT. Angkasa Pura I (Persero) Surakarta

INTISARI

PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adi Soemarmo Surakarta merupakan salah satu cabang perusahaan PT. Angkasa Pura I (Persero). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *media relations* PT. Angkasa Pura I (Persero) Surakarta dalam menjaga dan meningkatkan citra perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi *media relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* PT. Angkasa Pura I (Persero) Surakarta adalah memberikan informasi, membangun hubungan personal dengan wartawan, *Public Relations* juga memelihara komunikasi bersama wartawan dengan media, dan memberikan fasilitas serta melakukan pertemuan dengan media. Kegiatan *media relations* yang dilakukan dengan melibatkan pers adalah *press release*, *press conferences*, *facility press*, *electronic communications*, *press gathering*. Dampak dari *media relations* yang dilakukan *Public relations* PT. Angkasa Pura I (Persero) Surakarta adalah hubungan yang baik antara media dan perusahaan. Kemudian, berita positif termuat di media massa sehingga mampu menjaga citra positif perusahaan.

Kata kunci: Media, *Relations*, Strategi, PT. Angkasa Pura I (Persero) Surakarta