

## ABSTRAK

**Ranti Nuarita.** Implementasi Media Relations Melalui Keberadaan Media Center  
(Analisis deskriptif pada Humas PT. Pindad (Persero) Bandung)

Era Transparansi dan semakin meningkatnya perkembangan teknologi dan komunikasi membuat Praktisi Humas harus meningkatkan kinerjanya untuk penyebarluasan informasi kepada publik. *Media Center* merupakan salah satu pusat ruang informasi yang dimanfaatkan praktisi humas tepatnya Media Relations PT. Pindad (Persero) sebagai salah satu fasilitas yang dimiliki perusahaan dalam penyebarluasan informasi dan sarana menjalin hubungan harmonis dengan media. Penelitian ini dilakukan karena banyak kegiatan-kegiatan media relations yang dilakukan PT. Pindad (Persero) yang berbeda dengan perusahaan lain menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan masalah, perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi yang dilakukan oleh praktisi humas PT. Pindad (Persero) dalam Implementasi Media Relations Melalui Keberadaan Media Center. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsep *four step public relations* atau empat tahapan proses kerja *public relations* menurut Cutlip dan Center yang didalamnya meliputi pengumpulan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan wawancara, dan observasi dengan tiga informan. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat disimpulkan bahwa praktisi humas PT. Pindad (Persero) dalam Implementasi Media Relations Melalui Media Center menggunakan empat tahapan proses *public relations*.

Proses yang dilakukan pertama yakni *fact finding* dengan menentukan masalah melalui Sharing Informal, dan Kuisisioner. Kedua *planning*, perencanaan yang dilakukan yakni menyusun program melalui TOR dan Proposal, media center digunakan untuk ruang koordinasi, dan pendekatan dengan media. Ketiga *Actions*, pelaksanaan yakni media center sebagai pusat penyebaran dan pertukaran informasi, ruang koordinasi dan ruang khusus untuk pendekatan dengan media. Keempat *evaluations*, menilai keberhasilan program dari media monitoring dan grafik kunjungan media ke media center.

**Kata Kunci:** *Media Relations, Media Center*