

ABSTRAK

Ariz Rizaldi: Strategi Media Relations PT Bio Farma (Persero) dalam Menjaga Reputasi Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Kegiatan *Media Gathering* Bagian *Corporate Communication*)

Penelitian ini mengkaji Kegiatan *Media Relations* melalui *Media Gathering* yang dilakukan oleh PT Bio Farma (Persero) dalam menjaga reputasi. Penelitian ini meneliti peran dari kegiatan *Media Gathering* dalam upaya menjalin hubungan baik dengan media karena media dapat memberitakan mengenai apa saja terhadap lembaga atau instansi tersebut yang tentunya berpengaruh pada pembentukan opini. Karena hal tersebutlah perusahaan harus menjalin hubungan yang baik dengan media untuk menjaga reputasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses strategi *Media Relations* PT Bio Farma (Persero) melalui *Media Gathering* dalam menjaga reputasi perusahaan. Secara lebih rinci tujuan penelitian ini untuk mengetahui tahapan proses strategi tersebut, mulai dari tahap mencari data sampai evaluasi.

Penelitian ini didasarkan pada konsep *Four Step Public Relations* kemudian dianalogikan pada proses strategi *Media Relations* yang implementasinya identik dengan aktivitas strategi yang di dalamnya terdiri dari pencarian data, perencanaan dan pemrograman, pengambilan tindakan dan evaluasi. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode deskriptif dan teknik pengumpulan datanya melalui observasi dan wawancara secara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *Media Gathering* yang dilakukan oleh PT Bio Farma (Persero) terdiri dari beberapa kegiatan, baik itu bersifat formal dan informal. Kegiatan formal biasanya berisi tentang pemberian informasi dan materi mengenai perusahaan tentang hal yang akan dilakukan oleh perusahaan nantinya sehingga perlu dipublikasi, kegiatan informal berisi kegiatan “*Fun*” seperti *outbound* hal ini bertujuan untuk pendakatan personal antara perusahaan dengan media.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Kata Kunci: *Media Relations*, *Media Gathering*, Reputasi

ABSTRACT

Ariz Rizaldi: *Media Relations Strategy of PT Bio Farma (Persero) in Maintaining the Company's Reputation (Descriptive Study on Media Gathering Activities in the Corporate Communication Section)*

This study examines Media Relations activities through Media Gathering conducted by PT Bio Farma (Persero) in maintaining reputation. This research examines the role of Media Gathering activities in an effort to establish good relations with the media because the media can tell about anything about these institutions or agencies which certainly affects opinion formation. Because of this, companies must establish good relations with the media to maintain their reputation.

This study aims to determine how the strategic process of PT Bio Farma (Persero) Media Relations through Media Gathering in maintaining the company's reputation. In more detail, the purpose of this study is to determine the stages of the strategy process, starting from the stage of searching for data to evaluation.

This research is based on the concept of Four Step Public Relations and then analogous to the process of Media Relations strategy whose implementation is identical to strategic activities which consist of data search, planning and programming, taking action and evaluation. The research method used is a descriptive method and data collection techniques through observation and in-depth interviews.

The results showed that the Media Gathering activities conducted by PT Bio Farma (Persero) consisted of several activities, both formal and informal. Formal activities usually contain information and material about the company about what the company will do in the future so that it needs to be published, informal activities contain fun activities such as outbound activities aimed at personal approaches between the company and the media.

Keywords: *Media Relations, Media Gathering, Reputation*