

**STRATEGI *MEDIA RELATION* PT ANGKASA PURA I (PERSERO)  
BANDARA ADISUTJIPTO YOGYAKARTA**

**Frida Rahmawati**

NIM : 17071115

Email : [fridahma.fr@gmail.com](mailto:fridahma.fr@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini berawal dari penulis yang melihat pemberitaan yang muncul di media mengenai Bandara Adisutjipto Yogyakarta, baik secara positif, netral maupun negatif. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti terkait strategi media relations PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta dalam membina hubungan baik dengan media sehingga dapat menciptakan image positif bagi perusahaan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *media relations* yang dilakukan dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta dalam membina hubungan baik dengan media. Penelitian ini menggunakan teori *Four-step Public Relations Process* model *Two way symmetrical* dengan mengambil enam strategi PR dengan media yang dikemukakan oleh James Grunig. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini adalah praktisi *public relations* PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta menjalankan beberapa strategi untuk membangun media relation yang positif. Diantaranya adalah dengan menyediakan kebutuhan informasi yang bernilai berita kepada para awak media, melakukan kegiatan media gathering setiap minimal 1 tahun sekali, menyediakan fasilitas pers room yang nyaman, mengadakan *pers luncheon*, memfasilitasi akses wartawan kepada *stakeholder* PT Angkasa Pura I (Persero), serta melakukan evaluasi dan monitoring terhadap awak media. Selain itu terdapat hambatan yaitu beberapa awak media yang berhalangan hadir untuk mengikuti kegiatan yang diselenggarakan dan *framework* yang berbeda dalam hal penulisan berita.

Kata Kunci: *Media Relation, Public Relation, PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta*