

## **ABSTRAK**

MUHAMMAD IFAN 2015071012

Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora, Sosial dan Seni  
Universitas Sahid Surakarta

Penelitian yang berjudul Strategi Media Relations Humas Ipam Steel Indonesia Dalam Mengelola Branding Di Solo merupakan penelitian Kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui Perencanaan Strategi Media Relations yang dilakukan oleh Bagian Humas dan Informasi. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Informasi Ipam Steel serta juga mewawancarai awak media. Observasi di lapangan juga penulis lakukan guna mengamati kegiatan-kegiatan media relations yang dijalankan. Dari hasil penelitian ini adalah bahwa Bagian Humas dan Informasi dapat membangun hubungan yang baik dengan media massa melalui strategi media relations yang dijalankan, Namun strategi media relations yang dilakukan masih sebatas memenuhi kebutuhan media internal dan informasi produk Ipam Steel. Dalam menjalin hubungan baik dengan awak media, pihak Ipam Steel saling bertukar informasi kepada para awak media serta mengikuti berbagai event komunitas skala lokal maupun nasional. Perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh Bagian Humas sudah cukup efektif, hanya saja memerlukan proses evaluasi yang lebih lengkap dan akurat agar dapat mengukur kesuksesan dari strategi media relations yang telah dilakukan. Kesimpulan yang penulis ambil adalah strategi media relations dengan cukup baik, baik sebagai mitra kerja maupun media penyampai informasi kepada konsumen produk Ipam Steel. Hanya saja perlu untuk memperbaiki proses evaluasi yang penulis rasa sangat sederhana, guna melihat kesuksesan Strategi Media Relations yang dilakukan Ipam Steel.

**Kata kunci: Strategi Media Relations , Humas , Branding**

## ABSTRACT

MUHAMMAD IFAN 2015071012

Communication Department, Faculty of Humanities, Social and Arts  
Sahid Surakarta University

The research entitled Strategi Media Relations Humas Ipam Steel Indonesia Dalam Mengelola Branding Di Solo. This research is qualitative and aims to determine the Strategic Planning of Media Relations carried out by the Public Relations and Information. Data collection techniques are carried out by interviews with the Head of Public Relations and Information of IPam Steel and interviewed the media. The author also carries out observations in order to observe the media relations activities. This study shows that the Department of Public Relations and Information can build a good relationship with the mass media through a media relations strategy. However, the media relations strategy is still limited to the needs of internal media and information products on IPAM Steel. In establishing good relations with the media, Ipam Steel exchanged information with the media and participated in sharing community events on a local and national level. The planning and implementation of the activities carried out by the Public Relations Department is quite effective. It just requires a more complete and accurate evaluation process in order to measure the success of the media relations strategy. The conclusion of this study shows that the media relations strategy is quite good, both as a work partner and as a medium for conveying information to consumers of Ipam Steel products. Besides, it is necessary to improve the evaluation process to see the success of the Media Relations Strategy of Ipam Steel.

**Keywords:** Media Relations Strategy, Public Relations, Branding

