

ABSTRAK

Salah satu cara humas dalam membentuk citra yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan media massa yang dikenal juga dalam *public relations* yaitu *media relations*. *Media relations* bisa diartikan, “merupakan bagian dari eksternal PR yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi” (Iriantara, 2005:32) Dalam melakukan *media relations*, terdapat strategi *media relations* yaitu: mengelola relasi, mengembangkan relasi, dan mengembangkan jaringan.

Penelitian ini berjudul “Strategi *Media Relations* Humas SKK Migas Sebagai Sarana Komunikasi Kepada Publik”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui upaya memetakan media yang dilakukan oleh SKK Migas sebagai sarana komunikasi publik, langkah-langkah mengelola relasi dengan media massa yang dilakukan oleh humas SKK Migas sebagai sarana komunikasi publik, untuk mengetahui cara mengembangkan relasi dengan media massa yang dilakukan oleh humas SKK Migas sebagai sarana komunikasi publik, untuk mengetahui cara menetapkan program yang dilakukan oleh Humas SKK Migas sebagai sarana komunikasi publik. Data untuk penelitian ini didapat dari wawancara mendalam dengan Kepala Urusan Hubungan Media SKK Migas dan staff Urusan Hubungan Media SKK Migas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pascakasus korupsi yang menimpa SKK Migas, Humas SKK Migas memiliki strategi khusus dalam mengelola relasi yaitu menjalin kontak regular dengan para pembentuk opini dari akademis maupun praktis melalui bantuan media. Kemudian, dalam mengembangkan strategi Humas SKK Migas memiliki taktik khusus serta kebijakan yaitu KPI (*Key Performance Indicator*) menjadi target kinerja bagi setiap divisi Humas. Program yang berjalan mengenai *media relations* juga sudah berjalan baik. Namun setelah ditelaah lagi dari hasil wawancara dengan para wartawan media, menunjukkan bahwa beberapa program *media relations* yang seharusnya dilakukan, frekuensinya malah agak menurun pascakejadian tersebut. Hal itu dikarenakan pascakasus tersebut kinerja dari para staff Humas agak menurun, keterbatasan mekanisme anggaran dan adananya program-program yang sudah ada. Dengan kondisi tersebut, Humas SKK Migas berusaha melakukan perbaikan-perbaikan kinerja dan meningkatkan lagi kreatifitasnya untuk membuat strategi-strategi serta taktik khusus dalam melaksanakan *media relations* serta dalam menanggapi pemberitaan negatif.

Kata Kunci: *Public Relations, Media relations, Strategi, Media*