

## ABSTRAK

Penelitian ini berusaha mendeskripsikan strategi yang diterapkan oleh Biro Konsultan InterMatrix Communications (IMX) dalam membangun *media relations* bagi kliennya. *Media Relations* menjadi penting untuk diteliti karena dunia *Public Relations* tidak dapat dilepaskan dari dunia media sebagai publik eksternal dari *Public Relations*, dimana hubungan yang terjalin antara keduanya bersifat saling bergantung (*mutually dependent*) dan saling menguntungkan (*mutually beneficial*), meskipun terkadang berselisih paham atau bertentangan. Perlu disadari bahwa media berperan dalam pembentukan opini publik yang dapat berpengaruh terhadap citra suatu lembaga, sehingga melalui media pula suatu lembaga dapat secara efektif menyampaikan informasi kepada publik. *Media relations* hadir sebagai sebuah program strategis dalam praktik *public relations* yang meliputi perencanaan, implementasi, dan evaluasi program. Proses ini penting dilalui untuk menjamin keberhasilan kegiatan *media relations* demi pencapaian tujuan lembaga. Oleh karena itu, rumusan permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah bagaimana strategi Biro Konsultan InterMatrix Communications dalam membangun *media relations* bagi kliennya.

Pendekatan kualitatif dipilih untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh IMX dalam membangun *media relations* bagi kliennya, baik secara umum maupun secara khusus. Untuk itu peneliti perlu menggali lebih dalam aktivitas *media relations* IMX. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap pimpinan dan tim *media relations* IMX serta observasi partisipan melalui keikutsertaan peneliti sebagai peserta magang di IMX sejak September hingga Oktober 2007 yang lalu.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa IMX memiliki strategi khusus dalam membangun *media relations*, yaitu melalui pendekatan personal terhadap wartawan secara individu maupun institusi media serta berusaha membentuk citra positif IMX sebagai biro konsultan yang handal dan dapat dipercaya. Kehadiran Wimar Witoelar sebagai *chairman* IMX sekaligus *public figure* turut berperan dalam keberhasilan IMX membentuk citra perusahaan dan menjalin hubungan baik dengan media. Adapun strategi *media relations* yang diterapkan oleh IMX bagi kliennya dimanifestasikan dalam suatu proses yang berkesinambungan, yaitu meliputi perencanaan, implementasi dan evaluasi.

*Kata kunci: strategi, public relations, media relations, citra lembaga.*