

ABSTRAK

Sebagai perusahaan yang bergerak di industri semen dan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, PT Semen Baturaja Tbk dituntut untuk menjaga reputasi dan membangun citra positif di mata publik serta pemangku kepentingan. Salah satu strategi komunikasi yang memiliki peran penting dalam pencapaian tersebut adalah praktik *Media Relations*. *Media Relations* berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan media massa, yang pada gilirannya menjadi saluran utama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi nilai-nilai komunikasi *Media Relations* dalam membangun citra positif perusahaan, dengan fokus pada enam nilai utama yaitu transparansi, konsistensi, keberpihakan, responsifitas, empati, dan kreativitas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada PT Semen Baturaja Tbk. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak humas perusahaan, karyawan unit kerja lain, stake holder, dan masyarakat. observasi langsung terhadap program komunikasi, serta analisis dokumen dan media publikasi yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi perusahaan. Penelitian ini mengacu pada teori *Excellence in Public Relations* oleh James E. Grunig dan Larissa A. Grunig, yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah simetris dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Semen Baturaja Tbk telah menerapkan nilai-nilai komunikasi *Media Relations* secara konsisten dan strategis. Transparansi ditunjukkan melalui keterbukaan informasi publik, sementara konsistensi dan keberpihakan tercermin dalam narasi komunikasi yang mendukung pembangunan nasional dan kepentingan masyarakat. Responsifitas dan empati tampak dari tanggapan cepat perusahaan terhadap isu publik dan keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial. Kreativitas diimplementasikan melalui kampanye media yang menarik dan inovatif. Seluruh upaya ini berkontribusi dalam membentuk citra positif perusahaan di mata publik dan memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan.

Kata Kunci: *Media Relations*, Citra Perusahaan, *Excellence in Public Relations*.

ABSTRACT

As a company engaged in the cement industry and facing increasingly competitive competition, PT Semen Baturaja Tbk is required to maintain its reputation and build a positive image in the eyes of the public and stakeholders. One of the communication strategies that plays an important role in achieving this is the practice of Media Relations. Media Relations functions as a communication bridge between the company and the mass media, which in turn becomes the main channel in conveying information to the wider community. This study aims to analyze the implementation of Media Relations communication values in building a positive corporate image, focusing on six main values, namely transparency, consistency, partisanship, responsiveness, empathy, and creativity. The research method used is a qualitative approach with a case study at PT Semen Baturaja Tbk. Data collection techniques are carried out through in-depth interviews with the company's public relations, employees of other work units, stakeholders, and the community. direct observation of communication programs, and analysis of documents and publication media related to the company's communication activities. This study refers to the theory of Excellence in Public Relations by James E. Grunig and Larissa A. Grunig, which emphasizes the importance of symmetrical two-way communication in creating a mutually beneficial relationship between the company and the public. The results of the study show that PT Semen Baturaja Tbk has implemented Media Relations communication values consistently and strategically. Transparency is demonstrated through openness of public information, while consistency and partisanship are reflected in communication narratives that support national development and the interests of the community. Responsiveness and empathy are evident from the company's quick response to public issues and active involvement in social activities. Creativity is implemented through interesting and innovative media campaigns. All of these efforts contribute to forming a positive image of the company in the eyes of the public and strengthening stakeholder trust.

Keywords: *Media Relations, Corporate Image, Excellence in Public Relations.*