

ABSTRAK

PT Solusi Bangun Indonesia Tbk (SBI) Pabrik Narogong adalah penyedia semen terkemuka yang terus berkembang sejak diakuisisi oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk - SIG. Strategi media relations yang efektif telah memperkuat citra positif perusahaan melalui publikasi inovasi produk, program CSR, dan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan. SBI banyak bekerjasama dengan para media ternama guna memberikan publikasi yang positif bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi SBI dalam mengelola relasi media untuk mempertahankan hubungan baik dengan kalangan jurnalis Bogor, menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Berpedoman pada teori Ledingham & Bruning (1998), penelitian ini menyoroti lima aspek hubungan: kepercayaan, keterbukaan, keterlibatan, komitmen, dan investasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate communications* berperan aktif dalam melaksanakan media relasi melalui kepercayaan (informasi valid), keterbukaan (keseimbangan data), keterlibatan (acara media), dan komitmen (etika komunikasi). Dengan menggunakan empat indikator ini, SBI sukses menjalankan manajemen media relasi yang baik dengan para media massa. Namun, unsur investasi tidak ditemukan karena hubungan bersifat kerjasama tanpa investasi langsung. Secara keseluruhan, strategi ini efektif dan perlu terus ditingkatkan untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan media.

Kata Kunci : *Citra Perusahaan, Corporate Communications, Media Relations, Relationship Management*