

ABSTRAK

Media relations merupakan strategi penting dalam menjaga reputasi perusahaan melalui hubungan profesional dengan media dan penyampaian informasi yang akurat kepada publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *media relations* yang diimplementasikan oleh PT Bio Farma (Persero) dalam menjaga reputasi perusahaan, serta menganalisis pola komunikasi satu arah dan dua arah yang digunakan pada strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan *Four Public Relations Models* oleh Grunig dan Hunt sebagai kerangka analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *media relations* perusahaan selaras dengan model *Public Information* melalui penyebaran *press release*, *Two-way Asymmetric Communication* melalui *press conference*, serta dominasi *Two-way Symmetric Communication* dalam kegiatan *media gathering*, *media visit*, silaturahmi media, dukungan terhadap komunitas media, serta survei keterikatan dan kepuasan media. Strategi ini bersifat adaptif dan berorientasi jangka panjang, serta berperan signifikan dalam menjaga reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Komunikasi, *Media Relations*, Reputasi Perusahaan.