

ABSTRAK

PT Angkasa Pura 1 merupakan perusahaan BUMN yang terkategori mengimplementasikan aktivitas *media relation* dengan kinerja yang baik. Hal ini terbukti dari prestasi yang diraih sepanjang tahun 2022. Meski demikian, masih ditemukan publisitas bernada negatif terkait aktivitas *media relations* Angkasa Pura 1 dalam mendukung G20 di Indonesia yang akhirnya memunculkan sentimen negatif publik. Berkaitan dengan hal tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis aktivitas *media relations* Angkasa Pura 1 dalam mendukung Presidensi G20. Penelitian ini didukung dengan konsep *public relations*, *media relations*, dan media baru. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi media *online*, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan melibatkan Hidya Putri Ramadhina selaku informan kunci Angkasa Pura 1, Iman S. Nurdin selaku informan ahli, I Gede Putu Astana Putra Ambara dan Muhammad Rayhan Hernadi selaku informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Angkasa Pura 1 melakukan dua kegiatan *media relations*, yaitu mendistribusikan *press release* dan mengadakan *media gathering*. Untuk meningkatkan publisitas, Angkasa Pura 1 turut menggandeng Forum Wartawan BUMN. Dalam mengimplementasikan kegiatan ini, Angkasa Pura 1 melewati tiga tahapan, mulai dari tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa hasil yang didapatkan sudah sesuai dengan strategi komunikasi yang dirancang pada tahap perencanaan, meskipun mendistribusikan *press release* dalam jumlah yang tergolong rendah. Selain itu, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan aktivitas *media relations* ini.

Kata kunci: *media relations*; presidensi G20; PT Angkasa Pura I; *public relations*; publikasi

