

ABSTRAK

Penelitian ini mengemukakan tentang media relations kini sangat penting untuk membangun citra suatu perusahaan atau instansi. Hal itu karena opini publik di masyarakat seringkali terbentuk dari bagaimana berita-berita yang diedar oleh media massa. PT Paragon Technology and Innovation atau biasa disebut Paragon adalah salah satu perusahaan kosmetik dan kecantikan terbesar di Indonesia yang menaungi brand unggulan seperti Wardah, Make Over, Emina, Kahf, dan lainnya. Paragon adalah perusahaan yang memiliki kualitas yang sangat bagus baik dari internalnya maupun hubungan eksternal, namun peneliti melihat eksistensi brand Paragon lebih dikenal masyarakat daripada Paragon sebagai induk perusahaannya, Paragon kini ingin membangun citra sebagai perusahaan yang bergerak maju dalam inovasi dan memberi kebermanfaatan. Dalam upayanya, Paragon memaksimalkan potensi *media relations*. Hal inilah yang membuat peneliti ingin meneliti bagaimana dasar prinsip media relations Paragon dalam membangun citra perusahaan. Adanya penelitian prinsip media relations dalam membangun citra perusahaan menjadi nilai kebaruan karena topik ini masih minim literatur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk dapat memberikan gambaran tentang suatu proses, situasi, dan fenomena yang terjadi. Melalui paradigma konstruktivisme, memungkinkan peneliti memahami realitas sosial berdasarkan interpretasi yang dibangun atas dasar pemaknaan peneliti pada perilaku sosial yang ada. Fokus penelitian ini ialah meneliti prinsip media relations Paragon dengan menggunakan prinsip media relations menurut ahli dalam upaya membangun citra perusahaan. Hasil penelitian ini ialah media relations Paragon telah mengimplementasikan aktivitas mediarelations-nya dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip humas dalam membangun hubungan dengan media menurut Jefkins dalam Nurudin (2008: 47-49), serta citra Paragon telah terbangun di masyarakat dan akan terus berkembang.

Kata kunci: Citra; *Media Relations*; PT. Paragon Technology and Innovation