

Abstrak

Public Relations memiliki peran penting bagi suatu perusahaan sebagai penghubung antara publik internal dan publik eksternal. Perkembangan zaman pada masa kini membuat Praktisi PR harus dapat memahami strategi apa yang dapat diterima oleh publik. *special event* adalah salah satu strategi *Public Relations* yang digunakan oleh beberapa perusahaan. Begitu juga dengan Infobdg, sebagai perusahaan media online di Bandung, Infobdg juga harus dapat dikenal dan menjalin hubungan secara offline dengan khalayak. *Special event* yang dijadikan sebagai salah satu strategi *Public Relations* yang *Low Cost* dan *Fresh* untuk infobdg adalah “*Ngamplag Live*”. *Special event* “*Ngamplag Live*” merupakan acara musik yang diselenggarakan setiap akhir bulan oleh Infobdg yang memiliki tujuan yaitu sebagai wadah untuk mengapresiasi musisi Bandung dan juga sebagai media promosi bagi *venue* yang digunakan untuk tempat berlangsungnya “*Ngamplag Live*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* InfoBdg melalui *special event* “*Ngamplag Live*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat strategi *Public relations* yang dilakukan oleh PR Infobdg dalam penyelenggaraan *special event* antara lain yang pertama melakukan identifikasi masalah (analisis situasi) yang berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internal. Kedua Infobdg melakukan perencanaan dan menetapkan program berupa melakukan riset untuk *target audience* yang dijadikan sebagai publik sasaran, strategi dalam mengkomunikasikan *event* kepada khalayak sasaran. Ketiga tindakan aksi dan komunikasi yang dilakukan Infobdg yaitu mengkomunikasikan melalui media online seperti instagram dan twitter dan website infobdg. Selain itu juga melalui promosi yang dilakukan oleh *media partner*, *venue* dan juga *talent* yang terlibat dalam *event* tersebut. Dan yang terakhir Infobdg melakukan evaluasi yaitu penilaian yang berasal dari kritik dan saran diberikan oleh *audience* dan juga seluruh *staf* infobdg yang datang dalam “*Ngamplag Live*” untuk dijadikan sebagai perbaikan di *event* bulan selanjutnya.

Kata kunci: Strategi Public Relations, Special Events, dan Ngamplag Live.