

ABSTRAK

Saung Angklung Udjo merupakan sarana edukasi budaya dan tempat wisata yang memanfaatkan *Public Relations Event* sebagai sarana edukasi budaya sunda dan terkena dampak krisis dikarenakan COVID-19. Hal ini menyebabkan adanya penyesuaian kembali untuk Saung Angklung Udjo dalam mempertahankan konsistensinya guna mengedukasi budaya sunda. Tetapi, selama pasca pandemi adanya antusiasme dari masyarakat terhadap event edukasi budaya sunda begitu meningkat baik di masyarakat lokal maupun turis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan *Public Relations Event* Saung Angklung Udjo dalam mempertahankan fungsinya sebagai sarana edukasi budaya sunda khususnya setelah pandemi berakhir sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu *The IPPAR Model* yang dikembangkan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Saung Angklung Udjo berhasil mempertahankan guna menjadi sarana edukasi budaya sunda yang berdampak pada hasil meningkat pesatnya ketertarikan masyarakat terhadap event edukasi budaya dan seluruh rancangan event yang dilakukan sesuai dengan tahapan dalam *The IPPAR Model*.

Kata Kunci: Budaya Sunda, *Public Relations Event*, Pengelolaan Event, Sarana Edukasi, *The IPPAR Model*.