

ABSTRAK

Nama : Agung Priyo Sembodo
NPM : 2019960021
Judul : Strategi *Public Relations* Sekolah Islam Terpadu Auliya (SIT) Bintaro dalam Menjaga Loyalitas Konsumen
Pembimbing : Dr. Aminah Swarnawati, M.Si.
Ringkasan :

Strategi *Public Relations (PR)* penting dijalankan oleh institusi yang bergerak dalam bidang pendidikan namun tidak lepas dari bisnis seperti Sekolah Islam Terpadu (SIT) Auliya Bintaro. Strategi *PR* dijalankan oleh Divisi *Customer* agar menjangkau konsumennya yakni masyarakat kelas menengah muslim. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui 1) Strategi *PR* SIT Auliya Bintaro dalam menjaga loyalitas konsumen 2) Hambatan strategi *PR* SIT Auliya Bintaro dalam menjaga loyalitas konsumen. Teori yang digunakan adalah *RACE (Research, Analysis, Communication and Evaluation)*. Metode penelitian ini menggunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi pustaka. Pemilihan informan sebanyak 3 orang dengan cara *purposive*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi *Customer* SIT Auliya menjalankan program-program komunikasinya sesuai dengan proses empat langkah manajemen *PR* strategis yaitu *RACE* dengan temuan adanya penerapan *PR* melalui *Cyber* yang diindikasikan dapat menjaga loyalitas konsumen. *Online Tools* yang diteliti yaitu *instagram*, *website* dan *whatsapp*. Hambatan yang ditemui bersumber dari kurangnya SDM maupun sarana dan pra sarana yang memadai untuk menjalankan strategi *PR* melalui *Cyber*, pencarian materi konten di lapangan dan masalah-masalah yang dapat menimbulkan komplain dari konsumen.

Kata Kunci : Strategi *Public Relations*, *Cyber*, Loyalitas Konsumen
Referensi : 21 buku, 18 jurnal, 8 Internet

ABSTRACT

Name : Agung Priyo Sembodo
NPM : 2019960021
Title : *Public Relations Strategy of Integrated Islamic School of Auliya Bintaro in Maintaining Consumer Loyalty*
Advisor : *Dr. Aminah Swarnawati, M.Si.*
Summary :

The Public Relations (PR) strategy is important to be carried out by institutions engaged in education but cannot be separated from business such as the Integrated Islamic School of Auliya Bintaro. The PR strategy is carried out by the Customer Division in order to reach its consumers, namely the Muslim middle class. The purpose of the study was to find out 1) SIT Auliya Bintaro's PR strategy in maintaining consumer loyalty 2) Barriers to Auliya Bintaro's SIT PR strategy in maintaining consumer loyalty. The theory used is RACE (Research, Analysis, Communication and Evaluation). This research method uses a case study with a qualitative approach. Data collection techniques through in-depth interviews and literature study. The selection of informants as many as 3 people by purposive. The research results show that the Division Customer SIT Auliya runs its communication programs according to a four-step process of strategic PR management, namely RACE with findings of implementation PR through Cyber indicated to maintain consumer loyalty. Online Tools researched namely instagram, website and whatsapp. The obstacles encountered stem from the lack of human resources as well as adequate facilities and infrastructure to carry out the PR strategy through Cyber, search for content material in the field and problems that can lead to complaints from consumers.

Keywords : *Public Relations Strategy, Cyber, Consumer Loyalty*
Reference : *21 books, 18 journals, 8 Internet*