

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses *public relations* yang dilakukan BPK Penabur Jakarta dalam *event* Penabur International Choir Festival 2017 atau PICF 2017. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa empat proses *public relations* yang dilakukan Humas BPK Penabur Jakarta yang terdiri dari analisis situasi atau penentuan masalah, strategi atau perencanaan dan pelaksanaan program, pelaksanaan atau tindakan berkomunikasi dan penilaian atau evaluasi program. Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* dan juga menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data yang dibutuhkan menggunakan wawancara mendalam dan dokumen resmi perusahaan. Untuk analisis data, penelitian ini melakukan tahap reduksi data, *display data* dan pengambilan kesimpulan serta verifikasi. Berdasarkan hasil pengumpulan data, Humas BPK Penabur Jakarta telah melakukan empat tahap proses *public relations* dalam mengkomunikasikan *event* PICF 2017 ke khalayak. (1) Analisis situasi, pada tahap ini humas mencari informasi berupa *image* BPK Penabur di masyarakat, kekuatan dari PICF 2017 dan penyelenggara-penyelenggara festival paduan suara di Indonesia. (2) Strategi, pada tahap ini humas memilih perencanaan program hubungan pemerintah dan hubungan media. (3) Pelaksanaan, pada tahap ini terdapat kegiatan komunikasi berupa video testimoni dan *press conference*. (4) Penilaian, tahap evaluasi yang dilakukan berupa *annual meeting* dan *media mapping*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah, Humas BPK Penabur Jakarta telah melakukan proses *public relations* untuk mengkomunikasikan PICF 2017 sebagai *benchmarking* dan barometer paduan suara sekolah tingkat jenjang pendidikan. Secara keseluruhan, Humas BPK Penabur Jakarta berhasil mendapatkan publisitas positif untuk PICF 2017 di media.

Kata kunci : proses *public relations*, *event* PICF 2017, BPK Penabur Jakarta