

ABSTRAK

Berkembangnya dunia bisnis mengharuskan setiap bisnis memiliki karakteristik. Kern Space merupakan *Creative Space* di Banda Aceh yang hadir dengan konsep berbeda, namun citranya tidak sampai kepada masyarakat. Hal tersebut mendorong mereka melaksanakan *event* Kern Creative Day. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Kern Space dalam melaksanakan *event* tersebut. Menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deksriptif. Penelitian ini menggunakan konsep *three ways strategy* Ruslan (2017). Data diperoleh melalui wawancara, observasi, studi dokumentasi dan literatur. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi *marketing public relations* yang digunakan yaitu *pull strategy*, untuk menarik perhatian dengan melakukan promosi di media sosial dan menjalin kerjasama dengan beberapa pihak. *Push strategy* dalam mendorong masyarakat terlibat dengan bekerjasama dengan musisi, UMKM, dan komunitas yang sudah terkenal, dan *pass strategy* bekerjasama bersama *brand* Wardah dan Nutrifood dalam menciptakan opini positif publik.

Kata Kunci: Strategi *Marketing Public Relations*, Kern Creative Day