

ABSTRAK

Imron Sayyadi, 2022, Strategi public Relations Teater Fataria IAIN Madura Dalam Menarik Minat Penonton Di Era Covid-19. Pembimbing : Dr. H. .

Kata Kunci : *Strategi Public Relations, Minat Penonton, Covid-19*

Public Relations merupakan bagian integral dalam suatu organisasi. Tugas *Public Relations* adalah bertanggung jawab untuk menciptakan citra positif dan ikut menciptakan kondisi agar perusahaannya kondusif, sehat kerjanya, kuat hubungan sosialnya dan tinggi kinerja sumber daya manusianya. Peran *Public Relations* dalam organisasi sangat penting, kaitannya untuk mendukung performa organisasi baik di internal maupun eksternalnya. Agar tujuan-tujuan perusahaan tercapai, maka dibutuhkan strategi yang tepat dari divisi yang menangani fungsi *public relations* dalam suatu organisasi perusahaan. Strategi tersebut digunakan untuk menggarap persepsi para *stake holders*, baik internal maupun eksternal agar mendukung perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, UKM Teater Fataria melakukan perencanaan dengan mengadakan divisi baru yakni *public relations*/media kreatif untuk strategi public relations UKM teater fataria IAIN Madura dalam menarik minat penonton di Era Covid-19. Dalam menarik minat penonton UKM teater fataria melakukan persiapan dengan berbagai cara yang tentunya melibatkan pengurus dan anggota serta setiap penonton yang hadir dalam acara pentas pertunjukan dan strategi *public relation* ini berjalan selama satu periode yang mana didukung oleh divisi baru dan devisinya tersebut yaitu media kreatif. *Kedua*, Pelaksanaan pentas teater dan pertunjukan ini dilakukan pada setiap momen hari besar atau hari nasional dilakukan dengan cara-cara kreatif melalui media ataupun dilakukan secara langsung untuk memperingati hari besar tersebut, misalnya hari pahlawan di 10 November dan lain sebagainya. Penerapan ini pengurus, divisi dan sutradara berperan penting dalam merealisasikan *public relation* dalam menarik minat penonton untuk mempromusikan kegiatan tersebut.

Ketiga, UKM teater fataria IAIN Madura melakukan evaluasi berupa penentuan banyaknya penonton dalam setiap acara pentas pertunjukan, dan melihat kekurangan apa dalam penerapan ini. Sehingga evaluasi ini sebagai bahan perbaikan, selanjutnya evaluasi secara personal dalam pelaksanaan public relation. Selain melakukan evaluasi secara personal akan dilakukan evaluasi secara keseluruhan yang melibatkan semua anggota UKM teater fataria baik pengurus, divisi, sutradara dan anggota biasa. Disamping itu evaluasi dilaksanakan juga mencari solusi dalam setiap kendala selama *public relations* dilaksanakan pada tahun 2021 ini evaluasi penerapan strategi *public relations* dalam menarik minat penonton di era covid-19 berupa pelaksanaan dilakukan secara online walaupun secara offline dilakukan kurang maksimal karena situasi pandemic yang tidak mendukung, pelaksanaan secara onlinen taterlaksana namun tidak kondusif karena beberapa dari anggota divisi media kreatif merasa kesulitan. Walau demikian tetap dilakukan evaluasi untuk meningkatkan minat penonton.

