

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai “Analisis Kampanye *Public Relations* Untuk Memperkuat Citra Museum (Analisis Deskriptif Kualitatif Kampanye *Public Relations Day & Night At The Museum* Untuk memperkuat Citra Museum Geologi Kota Bandung). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan serta mengetahui aktivitas Kampanye *Day & Night At The Museum* yang dilaksanakan oleh Museum Geologi serta menganalisis tentang perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian yang dimana itu semua salah satu proses dalam mencapai keberhasilan suatu Kampanye dengan tujuan memperkuat citra Museum Geologi.

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan Kualitatif melalui metode analisis deskriptif dengan Teknik pengumpulan data dari mulai observasi, wawancara hingga dokumentasi. Untuk Teknik Analisa data digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) perencanaan yang dilakukan oleh pihak Museum dalam menjalankan suatu program yaitu Kampanye *Public Relations Day & Night At The Museum* yang dimana peranan dalam mencapai keberhasilan suatu Kampanye. (2) sistematis pelaksanaan kampanye *Day & Night At The Museum* melalui analisis maupun pengamatan dari awal hingga akhir. (3) pengevaluasian yang dilakukan oleh pihak Museum Geologi setelah Kampanye *Day & Night At The Museum* telah dilaksanakan. Dalam hal ini, Kampanye *Day & Night At The Museum* juga berperan mengajak masyarakat dalam mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang ilmu kegeologian Museum Geologi serta memberikan hiburan maupun kesenangan dari berbagai rangkaian kegiatan yang ada di Kampanye *Day & Night At The Museum*, maka penilaian masyarakat akan menunjukkan positif terhadap Museum dan Citra Museum Geologi tetap bertahan.

**Kata Kunci:** *Public Relations*, Kampanye, Citra

## **ABSTRACT**

*This study discusses "Analysis of Public Relations Campaign to Strengthen the Image of the Museum (Qualitative Descriptive Analysis of the Public Relations Day & Night At The Museum Campaign to Strengthen the Image of the Geological Museum of Bandung City). The purpose of this study is to describe and find out the activities of the Day & Night At The Museum Campaign carried out by the Geological Museum and analyze the planning, implementation and evaluation which are all one of the processes in achieving the success of a Campaign with the aim of strengthening the image of the Geological Museum.*

*This research was carried out using a qualitative approach through a descriptive analysis method with data collection techniques from observation, interviews to documentation. The data analysis techniques used in this study are data reduction, data presentation and conclusion drawn.*

*The results of the study show that (1) the planning carried out by the Museum in running a program, namely the Public Relations Day & Night At The Museum Campaign which plays a role in achieving the success of a Campaign. (2) the systematics of the implementation of the Day & Night At The Museum campaign through analysis and observation from beginning to end. (3) the evaluation conducted by the Geological Museum after the Day & Night At The Museum Campaign has been carried out. In this case, the Day & Night At The Museum Campaign also plays a role in inviting the public to gain more in-depth knowledge about the geological science of the Geological Museum and provide entertainment and fun from various series of activities in the Day & Night At The Museum Campaign, so the community's assessment will show a positive attitude towards the Museum and the image of the Geological Museum will still survive.*

**Keywords:** *Public Relations, campaign, image*