

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi marketing public relations melalui media sosial Instagram dalam promosi *Day and Night at The Museum* di Museum Geologi Bandung. Latar belakang penelitian didasari oleh perkembangan teknologi komunikasi dan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif, khususnya di kalangan generasi muda. Media sosial, terutama Instagram, dipilih karena kemampuannya menyajikan konten visual yang menarik serta interaktif, sehingga dapat mendukung kegiatan promosi berbasis publikasi digital.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi marketing public relations yang diterapkan dalam mempromosikan event tersebut, serta menganalisis efektivitas penggunaan Instagram sebagai media komunikasi dengan khalayak. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara sistematis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing public relations yang dilakukan mencakup pemanfaatan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dalam penyusunan konten promosi di Instagram. Museum Geologi Bandung berhasil menarik perhatian audiens melalui desain visual, meningkatkan minat dengan narasi informatif, menumbuhkan keinginan hadir melalui interaksi aktif, serta mendorong tindakan dengan ajakan langsung untuk menghadiri acara. Kendala yang ditemukan meliputi keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial, serta kurangnya konsistensi dalam jadwal publikasi.

Kesimpulannya, penggunaan Instagram sebagai media promosi efektif dalam meningkatkan eksposur event *Day and Night at The Museum*. Strategi yang dijalankan mampu memperkuat citra Museum Geologi Bandung sebagai lembaga publik edukatif sekaligus destinasi wisata yang menarik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola institusi publik lain dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan marketing public relations.

Kata kunci: Marketing Public Relations, Media Sosial, Instagram, Promosi Event, Museum Geologi Bandung.