

ABSTRAK
IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING *PUBLIC RELATIONS* SEKOLAH TK
KRISTEN PETRA DALAM MENARIK MINAT CALON SISWA
ABIGAIL YOSI SETIAWAN
2014210005

(xi + 5 Bab + 84 Hal + 10 Gambar + 1 Bagan + 25 Bibl (2010-2019))

Fungsi humas yang dijalankan oleh sekretaris pada sebuah lembaga pendidikan yang dalam penelitian ini yaitu sekolah TK Kristen Petra merupakan sebuah upaya maksimal dalam menjangkau target pasar atau khalayak. Berbagai bentuk kegiatan humas yang dijalankan dan dilakukan diharapkan mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi yang melihat ataupun sekedar mencari tahu mengenai informasi sekolah TK Kristen Petra. Citra sekolah yang baik juga diharapkan mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi calon siswa termasuk orangtua calon siswa. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi marketing *PR* yang dilakukan dan dilaksanakan oleh sekolah TK Kristen Petra dalam menarik minat calon siswa. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan studi kepustakaan. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Ester Watung selaku sekretaris sekolah TK Kristen Petra. Dan 2 Informan lainnya yaitu Rina Sihombing selaku guru TK A dan Sri Hariyanti selaku orangtua siswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing *PR* dalam menarik minat calon siswa adalah dengan melakukan kegiatan sebagai bentuk promosi dan pembentukan citra. Selain itu dari kegiatan kehumasan yang dilakukan juga mempengaruhi citra sekolah karena menunjukkan identitas dan menjadi ciri khas sekolah TK Kristen Petra. Fungsi humas yang di aplikasikan dalam marketing sekolah Petra cukup efektif karena selain sebagai bentuk promosi yaitu pencitraan. Dari seluruh kegiatan tersebut selain menarik minat calon siswa juga mempengaruhi citra sekolah berhasil menjadi daya tarik.

Kata Kunci : Strategi Marketing Public Relations, Daya tarik, Minat Calon Siswa

