# ABSTRAK

**Penelitian ini berjudul “Strategi *Public Relations Jungle Fest* Bogor dalam Meningkatkan Minat Pengunjung”. Peran *Public Relations* harus bisa mempublikasikan dan memasarkan produk (wisata) yang *Public Relations* kelola, sehingga bisa menarik minat pengunjung untuk mengunjungi.**

**Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui program kerja *Public Relations Jungle Fest* Bogor dalam meningkatkan minat pengungjung. Untuk mengetahui strategi *Public Relations* yang digunakan seperti strategi operasional, pendekatan persuasif edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial, dan pendekatan kerjasama. Serta hambatan dan upaya dalam melakukan strategi *Public Relations* tersebut.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dimana motede ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara tepat mengenai keadaan atau perkembangan suatu objek penelitian yang sedang berlangsung. Dan merupakan bentuk studi pendekatan dari deskriptif analisis. Teknik sampling yang digunakan adalah akseidental sampling. Pengumpulan data yang diperoleh berasalah dari studi kepustakaan, observasi partisipan, wawancara serta penyebaran angket kepada responden.**

**Berdasarkan hasil penelitian dapat disumpulkan bahwa strategi *Public Relations Jungle* *Fest* Bogor dalam meningkatkan minat pengunjung sudah berjalan dengan baik. *Public Relations Jungle Fest* mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan minat pengunjung *Jungle Fest* di Kota Bogor dengan strategi dan program-programnya, promosi, pendekatan persuasif yang terus dilakukan cukup berdampak dengan hasil yaitu tanggapan yang baik dari para pengunjung berdasarkan data responden.**

**Adapun hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan untuk memperoleh hasil yang diinginkan sebaiknya pihak *Public Relations* *Jungle Fest* Bogor bisa lebih berinovasi dalam menciptakan hal-hal baru seperti membuat *Event* berkala yang dapat menarik masa lebih banyak, hal ini tentunya diharapakan dapat memberikan dampak jangka panjang bagi *Jungle Fest* baik dalam hal jumlah pengunjung dan para pengontrak *counter* yang ada di kawasan *Jungle Fest.***

# *ABSTRACT*

***This research entitled "Strategy of Public Relations Jungle Fest Bogor in Improving Interest of Visitors". The role of Public Relations should be able to publish and market products (tours) that public relations management, so it can attract visitors to tourism.***

***The purpose of this study is to know the work program Public Relations Jungle Fest Bogor in increasing visitor interest. To know the strategy of Public Relations used such as operational strategy, persuasive approach of education, approach of social responsibility, and approach of cooperation. And the obstacles and efforts in doing the strategy Public Relations.***

***The research method used is descriptive method, where the motede is to provide a precise picture of the state or the development of an object of ongoing research. And is a form of study from. The sampling technique used is akseidental sampling. The data collected were from literature study, participant observation, interview and questionnaire distribution to the respondents.***

***Based on the results of the research can be collected strategy Jungle Fest Public Relations Bogor in improving interest pengungjung already running well. Public Relations Jungle Fest has an important role in increasing the interest of Jungle Fest visitors in the city of Bogor with its strategies and programs, promotion, persuasive approach that continues to be done quite the impact with the results of good responses from the authors based on respondents' data.***

***As the things that researchers want to recommend as input material for the desired harvest should the Public Relations Jungle Fest Bogor could be more innovative in creating new things such as creating a periodic event that can attract more time, it is certainly expected to have a long-term impact For Jungle Fest both in terms of the number of visitors and counter counterparts in the Jungle Fest area.***

# RINGKESAN

**Panalungtikan ieu dijudulan “Strategi Public Relations Jungle Fest Bogor dina Ngaronjatkeun Minat Pangungjung” Peran Public Relations kedah tiasa ngapublikasikeun sarta masarkeun produk (wisata) anu Public Relations kalola, ku kituna tiasa metot minat nu datang kango ngadatangan.**

**Tujuan panalungitkeun ieu teh kango terang program damel Public Relations Jungle Fest Bogor dina ngaronjatkeun minat pangunjung. Kango terang strategi Public Relations anu dipake supertos strategi operasional, pandekeutan tanggel walon sosial, sarta pandekeutan damel babarengan sarta tahanan usaha dina ngalakukeun strategi Public Relations kasebat.**

**Padika panaluntikan anu dipake nyaeta padika deskriptif, dimanten motede ieu boga tujuan kago mikeun gambaran sacara pas negunaan kaayaan atawa hal mekar hiji objek panalungtikan anu kango lumangsung. Sarta mangrupa wangun studi pandekutan ti deskriptif analisis. Teknik sampling anu dipake nyaeta aksidental sampling. Pangumpulan data anu ditampa barasalah ti studi kapustakaan, observasi, pastisipan, wawancara sarta sumbarna ka responden.**

**Dumasar kengin panalungtikan tiasa disumpilkeun yen strategi Public Relations Jungle Fest Bogor dina ngaronjatkeun minat nu datang atos mapan kalawan sae. Public Relations Jungle Fest ngagaduhan lalakon anu peryogi dina ngaronjatkeun minat nu datang Jungle Fest di Dayeuh Bogor kalawan strategi sarta program-program na, promosi, pandekeutan persuasif anu teras dipidamel cekap berdampak kalawan kengin yaktos weleran anu sae ti para nu datang dumasar data responden.**

**Sedengkeun perkawis-perkawis anu hoyong peneliti mendasikeun minangka bahan asupkeun kango meunang kenging anu dipikahayang sasaena ihak Jungle Fest Bogor tiasa langkung ngainovasi dina nyiptakeun perkawis-perkawis anyar sapertos midamel event anu tiasa metot mangsa langkung seuer, perkawis ieu tinangtu diharapkeun tiasa mikeun akibat jangka ppaos kango Jungle Fest sae dina perkawis jumlah nu datang sarta para pangontrak toko anu aya di wewengkon Jungle Fest.**