

ABSTRAK

Lugi Basuki. *Strategi Public Relations Event World Sight Day (WSD) Studi Kasus Pada Staff Di Syamsi Dhuha Foundations (SDF)* . Di era moderen saat ini, *foundations* (yayasan) merupakan hal yang langka, itu dikarenakan pandangan segelintir orang mengartikan *foundations* (yayasan) hanyalah sebagai peminta-minta. Seperti ungkapan *foundations* (yayasan) itu hanya berisi orang-orang yang berkaitan dengan ketidak mampuan dirinya untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari guna memperoleh dana (uang) dari masyarakat secara cuma-cuma, kemudian *foundations* (yayasan) itu selalu meminta-minta dana dan sebagainya. Namun hal demikian merupakan sesuatu yang berbeda bahkan salah karena bertolak belakang dengan apa yang ditemukan oleh peneliti. Dewasa ini penulis menemukan peranan *foundations* (yayasan) yang sesungguhnya, perbedaan itu adalah *foundations* (yayasan) memiliki peranan yang berbeda-beda, seperti *foundations* (yayasan) penanggulangan penyakit jantung, tuna rungu, tuna wisma, lupus , *Totally blind* maupun *Lowvision*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana “Strategi *Public Relations Event World Sight Day* (Studi kasus pada *staff* di *Syamsi Dhuha Foundation SDF*)” dengan menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Staff* di *Syamsi Dhuha Foundations/SDF* ketika menjalankan perannya pada saat *Event World Sight Day* (WSD) sedang dirancang ataupun sedang berjalan melalui konsep AIDDA yang dirancang oleh peneliti berdasarkan referensi buku Onong yaitu : *Staff* SDF menjalankan *attention* (perhatian) dengan cara membuat sebuah program pemberdayaan para penyandang Lupus maupun *Low vision*, *Staff* SDF dalam mencapai *interest* (minat) pengunjung untuk mengikuti *event world Sight Day* (WSD) telah merancang Strategi *Public Relations* yang salah satunya adalah menghadirkan bintang tamu terkemuka dalam pelaksanaan *Even* tersebut, *Staff* SDF telah berhasil mendapatkan *desire* (hasrat) pengunjung dengan salah satu Strategi *Public Relations*-nya adalah menggunakan Tema *Event* yang mewakili kebutuhan mendasar Para penyandang *Low vision*, *Staff* SDF dalam melakukan *decision* (keputusan) pada pelaksanaan selalu mendapatkan kesulitan, kemudian pada saat *Staff* SDF melakukan *action* (kegiatan) *Staff* SDF mengalami problem dikepanitiaannya.