

Siti Nurliana RL

44209120072

Peran Marketing Public Relations dalam Merepresentasikan Citra pameran IFMAC 2014 (Studi kasus pada peran project sales executive di PT. Wahana Kemalaniaga)

Jumlah Halaman :

Bibliografi : 18 Buku (Tahun 1991 – 2013)

ABSTRAK

Pameran merupakan sebuah acara yang digelar dalam dunia bisnis dalam rangka mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai negara dengan produk yang beragam. Pameran diselenggarakan dalam rangka untuk mengangkat citra perusahaan-perusahaan yang ikut berpartisipasi di dalamnya, baik citra produknya maupun perusahaannya. Pameran yang sukses adalah yang mampu memberikan kepuasan kepada perusahaan-perusahaan peserta dan pengunjung yang hadir. Kesuksesan pameran merupakan citra yang diharapkan, yang menambah nilai jual dalam proses terselenggaranya pameran tersebut. Kesuksesan sebuah acara, selain pada persiapan yang matang, juga bergantung pada individu pelaku sebagai pelaksana acara tersebut.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dibalik terselenggaranya sebuah event pameran, terdapat organisasi atau perusahaan penyelenggara pameran. Organizer atau penyelenggara pameran merupakan pihak utama yang mempersiapkan sarana dan prasarana, baik fisik maupun non-fisik. Seperti pada umumnya perusahaan lain, dalam perusahaan penyelenggara pameran, terdapat aktivitas pekerjaan rutin yang dilakukan oleh karyawan dan manajemen sesuai dengan job desk dan tanggung jawab masing-masing bagian, salah satunya adalah project sales executive.

Project sales executive bertanggung jawab langsung terhadap komunikasi perusahaan dengan klien sebagai perusahaan calon peserta dalam pameran yang akan diselenggarakan. Komunikasi yang dilakukan adalah untuk memberikan informasi sejelas-jelasnya mengenai pameran tersebut dan agar calon perusahaan peserta ataupun klien tertarik dan tetap secara rutin turut serta dalam ajang tahunan yang digelar oleh perusahaan penyelenggara. Untuk itu, project sales

executive harus mampu membangun maupun mempertahankan persepsi terhadap citra event pameran yang disampaikan.

Dalam membangun dan mempertahankan citra event pameran dapat dilakukan melalui aktivitas Marketing Public Relations. Maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Marketing Public Relations dalam merepresentasikan citra pameran iFMAC 2014 yang dilakukan oleh project sales executive di PT. Wahana Kemalaniaga.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menguraikan tentang peran Marketing Public Relations dalam merepresentasikan citra pameran iFMAC 2014 yang dilakukan oleh project sales executive di PT. Wahana Kemalaniaga dengan menggunakan landasan teori peranan Marketing Public Relations oleh Philip Kotler menurut buku Rosady Ruslan, yaitu Manajamen Public Relations dan Media Komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai peran project sales executive dalam kaitannya dengan peran Marketing Public Relations yang dilakukan dalam merepresentasikan citra pameran iFMAC 2014. Dimana dengan melakukan identifikasi aktivitas dalam peran yang dilakukan oleh project sales executive terhadap klien dalam membangun dan mempertahankan citra pameran event pameran iFMAC 2014.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran Marketing Public Relations dalam merepresentasikan citra pameran iFMAC 2014 telah dilakukan oleh project sales executive. Saran dari peneliti, posisi Marketing Public Relations secara khusus dibutuhkan dalam perusahaan agar dapat mencapai citra event pameran dan komunikasi yang maksimal.

ABSTRACT

The exhibition is an event held in the business world in order to bring together sellers and buyers from many countries with diverse products. The exhibition was held in order to raise the image of the companies that participate in it, both the image of the product or the company. Successful exhibitions is capable of providing satisfaction to companies of participants and visitors. The success of the exhibition is an image that is expected, which add value in the process of implementation of the exhibition. The success of an event, in addition to the preparation, also depends on the individual actors as the executor of the event.

Behind the implementation of an exhibition event, there is an organization or company exhibition organizer. Organizer or organizers of the exhibition are the main parties are preparing infrastructure, both physical and non-physical. As with other companies in general, the company organizing the exhibition, there is a routine work activities performed by employees and management in accordance with the job description and responsibilities of each part, one of which is project sales executive.

Project sales executive directly responsible for corporate communications with clients as enterprise potential participants in the exhibition to be held. Communication is done is to provide very clear information about the exhibition and that prospective participant firm or clients are interested in and still regularly participate in the annual event held by the companies running. To that end, project sales executive must be able to build and maintain the perception of the image of the exhibition event delivered.

In building and maintaining the image of the exhibition event can be done through the activity of Marketing and Public Relations. So the purpose of this study was to determine the role of Marketing and Public Relations in 2014 to represent the image of the exhibition iFMAC conducted by project sales executive at PT. Kemalaniaga rides.

Research carried out to find out, describe, and elaborates on the role of Marketing and Public Relations in 2014 to represent the image of the exhibition iFMAC conducted by project sales executive at PT. Kemalaniaga rides by using the theoretical basis of the role of Marketing and Public Relations by Philip Kotler according Rosady book Ruslan, namely Manajamen Public Relations and Media Communications. This study used a qualitative approach with descriptive type. The method used is a case study to conduct in-depth interview to the informant.

Results of the research is to discuss the role of project sales executive in relation to the role of Marketing and Public Relations done in representing the image of the exhibition iFMAC 2014. Where to perform the activities identified in the role carried out by project sales executive to clients in establishing and maintaining the image of the exhibition event iFMAC 2014 exhibition ,

The study concluded that the role of Marketing and Public Relations in 2014 to represent the image of the exhibition iFMAC been done by project sales executive. Suggestions of researchers, the position of Marketing and Public Relations are specifically needed in order to achieve the company's image and maximum communication exhibition event.

Keywords: *Public Relations, Marketing Public Relations, Peran MPR*

oooooooo

