



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

Nama : Dory Penta Arisandi (44206110004)
Judul : Strategi Marketing Public Relations PT. Elinkindo Internasional Dalam Mengkomunikasikan Produk “Elink Tea” Periode Januari – Juni 2012
Jumlah Halaman : viii + 85 halaman+ 03 tabel + 21 lampiran
Bibliografi : 25 acuan (1979 – 2008)

ABSTRAKSI

Kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi teh yang berkualitas dan menyehatkan merupakan kewajiban kita sebagai industri teh untuk memberikan kepada mereka guna meningkatkan kesadaran betapa penting dan bermanfaatnya teh dalam kehidupan mereka. Kesadaran ini bisa memberikan gaya hidup atau budaya minum teh bagi masyarakat Indonesia.

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *Strategi Marketing Public Relations* yang dilaksanakan oleh PT. Elinkindo Internasional dalam mengkomunikasikan produk “Elink Tea”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Strategi Marketing Public Relations* yang dilaksanakan dalam mengkomunikasikan produk “Elink Tea”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Thomas L. Harris yang merumuskan spesifik *Marketing Public Relations*. Metode penelitian deskriptif melalui studi kasus. Metode pengumpulan data primer dengan teknik wawancara mendalam dengan beberapa nara sumber utama dan pembanding sedangkan pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data melalui riset perpustakaan untuk kemudian keabsahan data diuji melalui teknis triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *Marketing Public Relations* yang dilakukan PT. Elinkindo Internasional meliputi : direct sale, kunjungan ke konsumen, penyebaran brosur dan pemasangan spanduk, dari seluruh kegiatan Strategi Marketing Public Relations PT. Elinkindo Internasional yang telah dijabarkan di atas telah dilaksanakan sesuai dengan program yang telah disusun, sehingga pada pelaksanaannya berjalan dengan baik dan telah mencapai target market dari pengkomunikasian produk tersebut. Dapat dikatakan bahwa *strategi*

marketing public relations yang diterapkan PT. Elinkindo Internasional telah cukup berhasil menanamkan kesadaran khalayak tentang teh yang berkualitas dan manfaatnya untuk kesehatan.