



**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

Nama : Nevi Vilanty (44209010060)  
Judul : Strategi Marketing Public Relations Tangcity Mall Dalam Program  
Promo Shopaholic (Periode 26 Oktober – 2 Desember)  
Bibliografi : 32 Bahan Buku Acuan (1993-2011)

**Abstraksi**

Marketing Public Relations sebagai pengembang sinergi dari fungsi perpaduan Pemasaran dan Public Relations, cukup efektif dalam membangun untuk menghasilkan dampak positif yaitu daya yang lebih kuat dalam meyakinkan suatu program kepada target khalayaknya. Dalam menerapkan Marketing Public Relations itu sendiri pihak perusahaan harus memiliki strategi agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Adapun masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi Marketing Public Relations Tangcity Mall dalam Program Shopaholic, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Marketing Public Relations Tangcity Mall dalam program Shopaholic.

Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep proses manajemen menurut Thomas L Harris yaitu definisikan masalah, perencanaan program, aksi dan komunikasi, serta evaluasi dan hasil program. Dan konsep Marketing Public Relations menurut Rosady Ruslan yaitu push, pull, dan pass strategy

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif melalui studi kasus, metode pengumpulan data primer dengan teknik wawancara mendalam dan metode pengamatan, sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui riset dan studi kepustakaan kemudian keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi.

Hasil penelitian dari strategi Marketing Public Relations Tangcity Mall dalam program Shopaholic yaitu Tangcity Mall berhasil meningkatkan awareness masyarakat terhadap perusahaan melalui program tersebut sehingga tadinya konsumen tidak mengenal tangcity, kemudian dapat mengenal dengan itu dapat meningkatkan jumlah konsumen yang berbelanja di tenant-tenant Tangcity Mall. Sehingga pada akhirnya Tangcity dapat melekat dibenak konsumennya.