



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

Nama : Maria Vianney Wuran (44206110069)  
Judul : Strategi Marketing Public Relations PT. Pronic Indonesia Dalam  
Mempublikasikan Produk ayam Organik Probio Chicken Periode  
(2008-2009)  
Bibliografi : ix + 111 halaman + 00 tabel + 35 lampiran

**ABSTRAKSI**

Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan yang bergizi dan bervariasi saat ini sudah semakin meningkat. Kesadaran ini dipengaruhi oleh semakin majunya teknologi informasi di bidang pangan salah satunya adalah ayam yang merupakan salah satu dari 9 bahan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama masyarakat Indonesia. Namun sayangnya banyak informasi negatif mengenai ayam khususnya ayam broiler. Hal ini dipicu oleh maraknya penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan oleh peternak dan pemotong didalam standar pemeliharaan & pemotongan ayam, sehingga menyebabkan perubahan perilaku konsumsi, dimana ayam broiler bagi sebagian orang mulai ditinggalkan

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *marketing public relations* yang dilaksanakan oleh PT. Pronic Indonesia dalam mempublikasikan produk ayam organik *Probio Chicken* yang berasal dari ayam broiler. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *marketing public relations* yang dilaksanakan dalam mempublikasikan produk ayam organik *Probio Chicken*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Thomas L. Harris yakni rumusan spesifik *marketing public relations*. Metode penelitian deskriptif melalui studi kasus. Metode pengumpulan data primer dengan teknik wawancara mendalam dengan beberapa narasumber utama dan pembandingan 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 cukup berhasil memberikan kesadaran atau pemahaman kepada kalayak mengenai *Probio Chicken* dan pentingnya mengkonsumsi daging ayam yang sehat, dimana upaya tersebut tidak terlepas dari kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak terkait seperti para pelanggan, para karyawan dan wartawan.