



UNIVERSITAS MERCUBUANA
FAKULTAS KOMUNIKASI
PUBLIC RELATIONS

ABSTRAK

RINA SRIWULANDARI (44208120088)

Strategi Komunikasi Marketing Public Relations PT. Fumakilla Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Periode Januari-Desember 2010

X+88 Halaman+32 lampiran

Bibliografi : 19 Acuan (1982-2008)

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (Planning) dan manajemen (Management) untuk mencapai suatu tujuan, demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan perpaduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management). Dengan adanya aktivitas dari Public Relations yang di gabungkan dengan Marketing selain dapat meningkatkan penjualan juga di harapkan mampu meningkatkan citra perusahaan. Untuk itu dalam meningkatkan citra perusahaan melalui kegiatan Marketing Public Relations

Adapun kerangka konsep yang digunakan adalah pengertian komunikasi yang mencakup proses komunikasi, tujuan komunikasi, perumusan strategi, konsep Marketing Public Relations, peranan Marketing Public Relations, strategi Marketing Public Relations, tujuan Marketing Public Relations, Aktifitas Marketing Public Relations, pengertian citra, jenis-jenis citra.

Metodologi penelitian yang di gunakan adalah sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang di gunakan melalui wawancara mendalam depth interview dengan divisi marketing hal ini dilakukan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang strategi kegiatan MPR PT. Fumakilla Indonesia

Hasil penelitian yang di dapat adalah bahwa perusahaan ini dalam melaksanakan program-programnya menggunakan media elektronik maupun cetak dan juga pendekatan langsung ke para stakeholder. Acara-acara spesial yang di lakukan yang juga merupakan sarana yang digunakan dalam menjaga image (Citra) perusahaan agar relationship dengan para stakeholder dapat terjalin dengan baik,