

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Public Relations
2012

ABSTRAKSI

Ria Siska (44208010002)

AKTIVITAS CV.TIGA LANGKAH DALAM MELAKSANAKAN
MARKETING PUBLIC RELATIONS DJARUM SUPER MILD BLAST
(PERIODE 2011-2012)

vi + 95 halaman + 53 lampiran Bibliografi 25 acuan (1983-2008)

Public Relations (PR) tidak hanya penting bagi perusahaan, namun saat ini juga telah dirasakan pentingnya oleh departemen marketing. Kolaborasi antara *Public Relations* dan marketing ini kemudian dikenal dengan nama *Marketing Public Relations* (MPR). MPR memberikan penekanan bukan pada kegiatan penjualan, melainkan pada komunikasi pemberian informasi atau peningkatan pengetahuan mengenai suatu produk, jasa, atau perusahaan. Untuk mencapai tujuan-tujuan komunikasi yang dapat mendukung kegiatan pemasaran diperlukan suatu aktivitas yang berfungsi sebagai panduan kegiatan MPR.

Bagaimana Implementasi Aktivitas CV.Tiga Langkah Dalam Melaksanakan *Marketing Public Relations* Djarum Super Mild Blast (periode 2011-2012)?

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengetahui bagaimana aktivitas CV.Tiga Langkah Dalam Melaksanakan *Marketing Public Relations* (MPR) Djarum Super Mild Blast (periode 2011-2012).

Untuk memperjelas kegiatan MPR, Philip Kotler merumuskan kegiatan MPR sebagai PENCILS yang meliputi *Publications, Events, News, Community Involvement, Inform atau Image, Lobbying dan Social Responsibility*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dan metode studi kasus. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pimpinan CV.Tiga Langkah, manajer MPR CV.Tiga Langkah, marketing dan promosi PT.Djarum. Fokus penelitian menggunakan teori PENCILS.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dan diolah, dapat diketahui bahwa aktivitas MPR meliputi *Publications, Events, News, Community Involvement, Inform atau Image, Lobbying dan Social Responsibility*

Penulis dapat menarik beberapa kesimpulan bahwa ternyata *Marketing Public Relations* (MPR) CV.Tiga Langkah hanya menjalankan 5 teori PENCILS yaitu *Publications, Events, News, Inform atau Image, Lobbying*. Berarti terlihat bahwa CV.Tiga Langkah tidak menjalankan aktivitas MPR tidak sesuai dengan teori PENCILS karena ada 2 teori yang tidak dilakukan oleh CV.Tiga Langkah yaitu *Community Involment dan social responsibility*.