



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

Nama : Wira Firstyananda
NIM : 44210110092
Judul Skripsi : **STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATION*
PERUSAHAAN JASA KONSULTAN ARSITEKTUR DAN
KONTRAKTOR PT IMAJI CIPTA TRIDHISTANA
DALAM RANGKA MEMBANGUN LOYALITAS KLIEN**
Bibliografi : i-x + 86 halaman

ABSTRAKSI

Tridhistana merupakan perusahaan jasa konsultan arsitek dan kontraktor yang sedang berkembang, dimana persaingan antar kompetitor sejenis untuk menarik perhatian calon klien, begitu ekspansif dan penetratif. Maka diperlukan sebuah strategi guna membangun klien loyal dan sekaligus menarik perhatian klien baru, dimana peranan publik internal dan external sangatlah penting dalam mendukung pencapaian tujuan tersebut. Oleh karena itu rumusan masalahnya yaitu bagaimana strategi MPR perusahaan jasa konsultan arsitek dan kontraktor PT Imaji Cipta Tridhistana dalam membangun loyalitas klien.

Strategi Marketing Public Relations merupakan perpaduan pelaksanaan program dan strategi pemasaran (*marketing strategy implementation*) dengan aktivitas program kerja *public relations (work program of public relations)*. Program *Public Relations* yaitu mendefinisikan problem, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, dan mengevaluasi program. Sedangkan strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan konsep-konsep pemasaran yang berada di wilayah penentuan pasar sasaran, dan segmentasi pasar, kebutuhan dan keinginan, permintaan, produk dan penawaran, nilai dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan, saluran pemasaran, rantai penjualan, persaingan, iklim pasar, serta penentuan strategi bauran.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif dan dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan narasumber, serta menggunakan tinjauan literatur atau dokumen perusahaan sebagai data sekunder untuk menguji sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing public relations dilakukan dalam membangun loyalitas klien pada Tridhistana berlangsung dengan baik. Peranan penting pihak internal dan eksternal, evaluasi rutin yang dilakukan dengan frekuensi yang sering, nilai kekeluargaan dan strategi yang berkelanjutan dan terus menerus dilakukan sangatlah penting dalam mencapai hasil yang diinginkan. Evaluasi kenaikan jumlah klien dan pemasukan setiap tahunnya membuktikan bahwa upaya yang dilakukan telah dapat dipetik hasilnya, yaitu loyalitas dari klien terhadap Tridhistana