UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
2010

PIPIT SUCIATI (44205010005)
Aktivitas Marketing Public Relations (MPR) PT. Susan Waine Indonesia Dalam Mempromosikan Jasa Pusat Kebugaran Dan Kecantikan (Periode Juli-Agustus 2009)V Bab; 94 Halaman+ 26Lampiran; Bibliografi (1994-2009)

ABSTRAKSI

Marketing Public Relations adalah sarana alternatif, yang mengandung potensi besar untuk unggul dalam persaingan, salah satunya persaingan bisnis dibidang jasa yaitu Pusat kebugaran dan kecantikan. Dalam kegiatannya *Marketing Public Relations* hanyalah menjalankan kegiatan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan terget perusahaan. Ini juga yang dilakukan PT. Susan Waine Indonesia dalam melakukan promosinya, bagaimana PT. Susan Waine Indonesia melalukan aktivitas-aktivitas Marketing Public Relations dengan program promosinya yang bertema ”promosi bersama Bulan Juli-Agustus 2009”.?

Penelitian ini berdasarkan teori yang disampaikan oleh Rhenald kasali diantaranya adalah : analisis situasi, menentukan public sasaran, penentuan media, menetapkan anggaran,penetapan program, analisis akhir. Teori yang digunakan sesuai dengan konsep aktivitas Marketing Public Relations.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif, Adapun tehnik penelitian data melalui wawancara mendalam. Peneliti menyajikan gambaran mengenai Aktivitas Marketing Public Relations PT. Susan Waine Indonesia Dalam Mempromosikan Pusat Kebugaran Dan Kecantikan Periode Juli_Agustus 2009 sebagaimana adanya yang didapatkan dari lokasi penelitian.

Hasil penelitian ini menemukan keunikan dalam kegiatan promosinya disamping memberikan harga yang lebih murah untuk kebugarannya juga mendapatkan plus gratisan untuk paket kecantikan dalam setiap promosi yang dilaksanakan PT.Susan Waine Indonesia, promosi ini dilakukan melalui kegiatan *above the line* seperti media cetak, elektronik dan internet, dan juga kegiatan *below the line* diantaranya spanduk, banner, dan brosur. Aktivitas *Marketing Public Relations* PT.Susan Waine Indonesia dalam melaksanakan promosinya sesuai dengan teori tersebut, sehingga pelaksanaan program promosinya berjalan dengan baik dan lancar, mencapai sesuai target sasaran, dan tidak memiliki kendala dalam pelaksanaan program promosinya.