

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT**

ABSTRAK

WENNY PRAMULA DHANI (04200-129)
Aktivitas *Marketing Public Relations* PT. Eltean Luhur Kencana (Produk SebaMed) Periode Januari – Desember 2005
PT. Eltean Luhur Kencana
xi + 69 halaman : 11 lampiran
Bibliografi :15 Acuan (1987-2004)

Marketing Public Relations sebagai pengembang sinergi dari fungsi perpaduan pemasaran dan *Public Relations*, cukup efektif dalam membangun *brand awareness* dan *brand knowledge*, khususnya pada bidang promosi. Dengan demikian *Marketing Public Relations* akan menghasilkan dampak positif yaitu daya yang lebih kuat dalam meyakinkan manfaat suatu produk kepada masyarakat, sebagai target khalayaknya.

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana aktivitas *Marketing Public Relations* PT.Eltean Luhur Kencana (Produk SebaMed) periode Januari 2005-Desember 2005 .

Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep Aktivitas *Marketing Public Relations* yang dikemukakan oleh Thomas L. Harris dalam bukunya '*The Marketer's Guide to Public Relations*' yaitu MPR adalah sebuah proses perencanaan dan pengevaluasian program-program yang merangsang pembelian dan kepuasan pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa. Penelitian tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi, melainkan hanya melukiskan variable demi variable. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Dari hasil penelitian, aktivitas *marketing public relation* PT.Eltean Luhur Kencana yang dipakai telah dilaksanakan sesuai dengan program yang telah disusun, sehingga pada pelaksanaannya berjalan dengan baik dan telah mencapai sasaran dari target market produk SebaMed. Hanya ada beberapa kendala atau hambatan dari aktivitas *marketing public relations* produk yang dimiliki oleh PT.Eltean Luhur Kencana seperti kendala pemasaran yang belum menjangkau kepada seluruh target market dari produk SebaMed.