



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Rossita Indah Pratiwi
44212120199

“IMPLEMENTASI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT ISUZU ASTRA
MOTOR INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN BRAND PRODUK
ISUZU PANTHER GRAND TOURING”

Jumlah halaman : xxii + 70 halaman + 7 lampiran
Bibliografi : 26 acuan, Tahun 1991-2010

ABSTRAKSI

Sejalan dengan banyaknya persingan industri otomotif di Indonesia yang menjadi pertimbangan bagi para masyarakat untuk membeli suatu produk serta memahami sifat dan karakteristik pelanggan menjadi acuan yang sangat penting dalam mengatur strategi. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.

PT Isuzu Astra Motor Indonesia berusaha untuk meraih keberhasilan atau tujuan serta sasaran yang lebih tinggi lagi dalam menyusun strateginya. Adapun sasaran yang lebih tinggi itu adalah untuk memperoleh kesetiaan dari pelanggan dan citra yang baik bagi perusahaan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori dasar mengenai Marketing Public Relations yang dipaparkan oleh Thomas L Harris. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, serta penelitian menggunakan subyek penelitian yaitu 3 (tiga) orang narasumber yang merupakan pihak internal dan eksternal PT Isuzu Astra Motor Indonesia dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam sebagai data primer dan dokumentasi sebagai data sekunder.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa PT Isuzu Astra Motor Indonesia menjalankan 3 (tiga) strategi yang diimplementasikan oleh Marketing Public Relations yang berlandaskan dengan Push, Pull dan Pass Strategy dalam mempertahankan Brand produk Isuzu Panther Grand Touring.