



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Rizka Cambodiana Facha
44211110106

Strategi Marketing Public Relations PT. Mac Sarana Djaya Dalam Penyediaan Infrastruktur Telekomunikasi In Building Kepada Pengguna Dan Klien
Edisi 16 Desember 2017
Bibliografi : 65 Halaman + 5 Bab + 17 Buku + 02 Situs Internet + Data Pribadi

ABSTRAK

Peran *Public Relations* adalah merancang strategi mengurus program-program serta mengizinkan para agen pemasaran untuk melewati para penjaga gawang dan masuk ke pasar. Dalam pandangan *Public Relations* dan *Marketing Public Relations* harus memainkan sebuah peran, apa yang disebut rencana strategis “melewati”. Ketika para pelanggan membuat keputusan untuk membeli, mereka sangat yakin perasaan memutuskan untuk membeli dua hal, produk dan perusahaan. *Marketing Public Relations* secara garis besarnya terdapat tiga taktik untuk melaksanakan program dalam mencapai tujuan yaitu pertama bahwa *public relations* merupakan potensi untuk menyanggah suatu taktik *pull strategy* (menarik), sedangkan kedua adalah *power* (kekuatan) sebagai penyanggah, *push strategy* (untuk mendorong) dalam hal pemasaran. Dan taktik ke tiga, *pass strategy* sebagai upaya mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan.

Penelitian mengenai strategi *marketing public relations* PT. MAC SARANA DJAYA, Paradigma penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah post-positivisme merupakan perbaikan positivism yang dianggap memiliki kelemahan-kelemahan dan dianggap hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologism aliran post-positivisme bersifat *critical realism* dan menganggap bahwa realitas memang ada dan sesuai dengan kenyataan dan hukum alam tapi mustahil, realitas tersebut dapat dilihat secara benar oleh peneliti. Dengan menggunakan pendekatan Kualitatif, Metode yang peneliti adalah deskriptif yang berasal dari tulisan, ucapan, maupun perilaku orang-orang yang diamatinya. Data-data yang dikumpulkan tersebut didapatkan dari hasil wawancara, foto, catatan lapangan, maupun data resmi dari perusahaan.

Hasil penelitian ini membahas Strategi *Marketing Public Relations* PT. MAC SARANA DJAYA Dalam Penyediaan Infrastruktur Telekomunikasi In Building Kepada Pengguna dan Klien. Hal-hal yang harus di perhatikan adalah langkah dan strategi Marketing Public Relations yang berkaitan dengan strategi *Pull, Push, Pass*

yang mana tiga hal tersebut dapat mempermudah dalam penyediaan infrastruktur telekomunikasi in building kepada pengguna dan klien

Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT. MAC SARANA DJAYA telah melaksanakan ketiga strategi marketing public relations *Pull, Push, Pass* dengan baik dan di rasakan dengan nyata oleh para pengguna dan klient.

