



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Ramayanti Putri  
44212010074

Strategi Marketing *Public Relations* Meikarta Sebagai *Subsidiary Corporation*  
PT. Lippo Group Dalam Mempromosikan Produk Hunian Meikarta  
Jumlah Halaman : viii + 110 + 16 Lampiran  
Bibliografi : 66 acuan, Tahun 1991 - 2016

#### **ABSTRACT**

*Marketing Public Relations is very important to do in the company because of activities that increase customers, and to maintain good relationships with customers. Newly classified, Meikarta is encouraging its activities.*

*This study uses a theory based on Thomas L. Haris which explains that in doing Marketing Public Relations There are three important points to achieve a goal.*

*The research method used in this study is a case study by conducting interviews with four speakers (Marketing Managers, Sales & Marketing, Buyers, and Candidates for Meikarta Residential Buyers). The paradigm used is Post Positivism, with a descriptive qualitative approach.*

*The results of this study found that Meikarta carried out various activities to attract and foster good relationships with customers. Like advertising on Advertising media, doing Personal Selling, Brand Awareness activities, giving attractive promo promos, supporting government programs, and holding Customer Gathering.*

**Keywords:** Strategy, Public Relations Marketing

## ABSTRAK

*Marketing Public Relations* sangat penting dilakukan di suatu perusahaan karena untuk melakukan kegiatan yang meningkatkan kepercayaan pelanggan, juga untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Tergolong baru, Meikarta sedang mendorong aktivitas pemasarannya.

Penelitian ini menggunakan landasan teori menurut Thomas L. Harris yang menjelaskan bahwa dalam melakukan *Marketing Public Relations* ada tiga poin penting untuk mencapai sebuah tujuan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan melakukan wawancara kepada empat narasumber (Manager Marketing, Sales&Marketing, Pembeli, dan Calon Pembeli Hunian Meikarta). Paradigma yang digunakan adalah Post Positivisme, dengan pendekatan kualitatif tipe deskriptif.

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa Meikarta melakukan berbagai kegiatan untuk menarik dan membina hubungan baik dengan *customer*. Seperti pemasangan iklan pada media *Advertising*, Melakukan kegiatan *Personal Selling*, *Brand Awareness*, memberikan promo menarik, mendukung program pemerintah, serta mengadakan *Customer Gathering*.

**Kata Kunci :** *Strategi, Marketing Public Relations*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA