



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Ayu Nurmeylita S
44212010047

Strategi *Marketing Public Relations* PT Indonesia Comnets Plus
dalam upaya membangun *Brand Awareness*
Jumlah Halaman : VI + 84 Halaman
Bibliografi : 25 acuan, Tahun 2006-2016

ABSTRAK

Konsumen saat ini semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. dimana tingkat kompleksitas dan pemuasan kebutuhan masyarakat sudah mencapai tingkat yang tinggi dalam kegiatan pengemasannya. Melalui komunikasi yang efektif terkait informasi tentang perusahaan dan produk, konsumen akan semakin memahami perusahaan dan produk yang dihasilkan. untuk kemudian dapat bersaing, dan mendapatkan tempat pada benak masyarakat, dibutuhkan strategi *marketing public relation* yang merupakan perpaduan kegiatan marketing dan public relations.

Hal ini membuat PT Indonesia Comnets Plus membutuhkan strategi marketing tertentu agar bisnis semakin maju dan dikenal luas. Kenyataan inilah yang membuat PT Indonesia Comnets plus berpikir untuk terus memberikan informasi produk yang dihasilkan. Pemberian informasi yang akurat dan aktual yang dilakukan perusahaan akan membentuk pengetahuan dan kesadaran pada konsumen.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Marketing Public Relations PT Indonesia Comnets Plus dalam upaya membangun *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini adalah ICON+ telah menetapkan strategi komunikasinya secara jelas. ICON+ memilih untuk menyelenggarakan kegiatan Marketing Public Relations sebagai konsep untuk mendapatkan awareness khalayak

kegiatan Marketing Public Relation telah diaplikasikan oleh ICON+, untuk mencapai awareness dari customer, dan terdapat pola komunikasi MPR yaitu *Push, Pull and Pass*, dalam upaya membangun brand awareness.



University Of Mercu Buana
Faculty Of Communication Sciences
Majors In Public Relations
Ayu Nurmeylita S
44212010047

Public Relations Marketing Strategy PT Indonesia Comnets Plus
in an effort to build Brand Awareness
Number of pages: VI + 84 Pages
Bibliography: 25 Years of reference, 2006-2016

ABSTRACT

Today's consumer is increasingly educated and aware of his rights. where the level of complexity and the gratification of needs of the community have reached a high level of activity in the packaging. Through effective communication related information about your company and products, consumers will be increasingly understand the company and the products produced. to then be able to compete, and earn a place in the minds of the public, public relation marketing strategy is needed which is a blend of marketing and public relations activities.

This makes PT Indonesia Comnets Plus requires a specific marketing strategy in order to make the business more advanced and widely known. It is this fact that makes the PT Indonesia Comnets plus thinking to continuously provide information products were produced. The giving accurate information and actual committed the company will build knowledge and awareness on consumers.

This research aims to find out how the Public Relations Marketing strategy PT Indonesia Comnets Plus in an effort to build brand awareness. This research used the Qualitative approach with type a descriptive research.

The results of this research are the ICON + its communication strategy has set out clearly. Icon + choose to organise events Marketing Public Relations as a concept to get awareness activities Public Relation Marketing audiences have been applied by the ICON +, to achieve awareness of customer, and there is a pattern of communication of the MPR that is Push, Pull and Pass, in an effort to build brand awareness.