



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Claudya Septina Gladys
44213120060

Strategi Marketing *Public Relations* PT Mardohar Catur Tunggal Gaya Dalam Mensosialisasikan Kesadaran Konsumen Terhadap Kepentingan Produk Coverall
Bibliografi : 5 Bab 67 hal + Lampiran + 15 Buku + 5 Jurnal + 4 Internet

ABSTRAK

Kurangnya kesadaran akan pentingnya pakaian pelindung dalam keselamatan kerja menjadi akibat tingginya tingkat kecelakaan kerja di Indonesia. Dalam mensosialisasikan pentingnya pakaian pelindung diri, perusahaan perlu membuat strategi tertentu sehingga tujuan dari sosialisasi tersebut tersampaikan dengan baik. PT Mardohar Catur Tunggal Gaya sebagai perusahaan garmen yang memproduksi pakaian pelindung, memiliki strategi Marketing *Public relations* dalam mensosialisasikan kesadaran konsumen terhadap kepentingan produk coverall sebagai pakaian keselamatan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah landasan teori Rusady Ruslan yang membahas mengenai konsep 3 strategi Marketing *Public Relations* yaitu *Pull Strategy*, *Push Strategy*, *Pass Strategy*.

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme. Pendekatan penelitian ini kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam kepada *key informan* dan narasumber, observasi serta studi kepustakaan.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi Marketing *Public Relations* yang digunakan dalam mensosialisasikan kesadaran konsumen terhadap kepentingan produk coverall yaitu strategi *push* yang paling dominan dilaksanakan. Dalam mendorong usaha Marketing *Public Relations* mensosialisasikan kesadaran konsumen dilakukan kegiatan presentasi langsung dimana marketing mengedukasi konsumen secara mendalam terkait kepentingan dan kebutuhan produk coverall.

Kata Kunci : Marketing *Public Relations*, Kesadaran, Sosialisasi, Coverall



Mercu Buana University
Fakulty of Communication
Field of Public Relations Studies
Claudya Septina Gladys
44213120060

Marketing Public Relations Strategy of PT Mardohar Catur Tunggal Gaya In Socializing Consumer Awareness Of Coverall Product Interests
Bibliography : 5 Chapter 67 pages + Appendix + 15 Books + 5 Journals + 4 Internet

ABSTRACT

The lack of awareness of the importance of protective clothing in work safety is due to the high rate of work accidents in Indonesia. In socializing the importance of personal protective clothing, companies need to make certain strategies so that the objectives of the socialization are conveyed properly. PT Mardohar Catur Tunggal Gaya as a garment company that produces protective clothing, has a Marketing Public relations strategy in promoting consumer awareness of the importance of coverall products as safety clothing.

The theory used in this research is the foundation of Rusady Ruslan's theory which discusses the 3 concepts of Marketing Public Relations strategies namely Pull Strategy, Push, Strategy, Pass Strategy.

This research paradigm uses the post-positivism paradigm. This research approach is qualitative with descriptive qualitative research methods. In collecting data, this study uses in-depth interviews with key informants and informants, observations and literature studies.

The results of this study are the Marketing Public Relations strategy used in socializing consumer awareness of the interests of coverall products, namely the most dominant push strategy implemented. In encouraging Marketing Public Relations efforts to socialize consumer awareness, a direct presentation is conducted where marketing educates consumers in depth related to the interests and needs of coverall products.

Key Words : Marketing Public Relations, Awareness, Socialization, Coverall