



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Izzatu Waavy Yusuf
44215010005

Implementasi Formula *Push*, *Pull*, dan *Pass* dalam Strategi Marketing *Public Relations* “Kopi di Cari Mama”
Bibliografi: 5 Bab 47 hal + Lampiran + 28 Buku + 6 Jurnal + 1 Internet

ABSTRAK

Budaya minum kopi saat ini sudah tumbuh menjadi gaya hidup seiring dengan berkembangnya zaman dan pengaruh sosial. Meningkatnya peminat akan kopi, memancing munculnya berbagai brand dan tempat-tempat kopi di sekitar masyarakat. Pengunjung tempat-tempat kopi ini pun tidaklah sedikit, begitu pula dengan keuntungan yang didapat oleh produsen.

Hal ini membuat persaingan semakin ketat dalam mendapatkan konsumennya dengan melakukan marketing yang semakin di modifikasi. Untuk mempermudah dalam berkomunikasi dengan masyarakat pada saat memasarkan produk yang dijual adalah salah satu dari kegiatan *public relations*. *Public relation* dapat menjadi efektif menopang fungsi marketing, ketika tujuan dari marketing itu sendiri sudah ditentukan. Dalam pelaksanaannya perencanaan menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan sasaran dan target perusahaan, yaitu dengan penerapan strategi dan taktik promosi untuk penjualan suatu produk.

Strategi marketing *public relations* menjadi salah satu bagian penting yang harus dilakukan oleh para pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Seperti dalam pembahasan, semakin maraknya kedai kopi yang beredar di berbagai penjuru, peneliti akan melakukan pendalam mengenai strategi marketing yang dilakukan oleh “Kopi di Cari Mama” dengan menggunakan strategi 3P yaitu *push*, *pull*, dan *pass*.

Kata Kunci: *Public Relations*, Strategi Marketing *Public Relations*, Formula Marketing *Public Relations* 3P (*Push*, *Pull*, dan *Pass*)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Izzatu Waavy Yusuf
44215010005

Implement Formula Push, Pull, and Pass from Strategi Marketing *Public Relations* “Kopi di Cari Mama”
Bibliografi: 5 Bab 47 hal + Lampiran + 28 Buku + 6 Jurnal + 1 Internet

ABSTRACT

Today, the culture of drinking coffee has grown into a lifestyle along with the times and social influences. The increase in coffee enthusiasts has provoked the emergence of various coffee brands and places around the community. There are few visitors to these coffee shops, as well as the profits made by producers.

This makes the competition tighter in getting consumers by doing more modified marketing. Making it easier to communicate with the public to sell the products is one of the public relations activities. Public relations can effectively support the marketing function when the marketing goals have been determined. In its implementation, planning becomes one of the crucial factors in determining the company's goals and targets, namely by implementing promotional strategies and tactics for the sale of a product.

Public relations marketing strategy is an important part that must be done by everyone who is running their businesses. In this discussion, the increasing number of coffee shops circulating in various parts of the world will explore the marketing strategy carried out by "Kopi di Cari Mama" using the 3P strategy (push, pull, and pass).

Keywords: Public Relations, Strategy Marketing Public Relations, Formula Marketing Public Relations 3P (Push, Pull, and Pass)