

ABSTRAK

Universitas Mercubuana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Hubungan Masyarakat

Audrey Stella Widiastuti

44221120025

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBENTUK BRAND AWARENESS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDI KASUS PADA UMKM DISTRICT KOTA SUKABUMI)

Dalam menjalankan suatu bidang usaha, dibutuhkan strategi yang tepat untuk mengelola usaha tersebut. Strategi ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas bagi suatu unit usaha. Strategi yang tepat, akan memberikan apresiasi dari konsumen kepada unit usaha dan memberikan kesan positif bagi konsumen. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *public relations* dan solusi dalam mengatasi hambatan yang digunakan oleh UMKM District untuk menarik minat khalayak.

Strategi Marketing *Public Relations* merupakan salah satu strategi penjualan yang bertujuan untuk memaksimalkan potensi peningkatan hasil penjualan yang melibatkan komunikasi dan hubungan *interpersonal* antara unit usaha dengan konsumen. Strategi ini juga digunakan untuk membentuk *brand awareness* unit usaha terhadap suatu produk atau jasa yang memiliki nilai ekonomis. *Brand awareness* dapat diimplementasikan sebagai pengetahuan dan kesadaran merk konsumen terhadap merk atau identitas suatu unit usaha.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Pengambilan data wawancara melibatkan individu yang terlibat langsung dalam unit usaha, baik sebagai pelaku bisnis ataupun konsumen. Selanjutnya hasil wawancara akan dianalisis guna menjawab rumusan masalah yang dimiliki dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa strategi yang digunakan dalam membentuk *Brand Awareness* melalui *Pull strategy* dengan menerapkan pendekatan persuasif, edukatif, tanggung jawab sosial, kolaboratif, dan koordinasi. Hambatan yang ditemui *Marketing Public Relations* di District Sukabumi merupakan hambatan yang berada pada lingkup usaha membangun hubungan yang baik dengan konsumen.

Kata Kunci : *Brand Awareness, UMKM, Strategi Marketing Public Relations*

ABSTRACT

Mercubuana University
Faculty of Communication
Public Relations
Audrey Stella Widiastuti
44221120025

PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGY IN FORMING BRAND AWARENESS OF SMALL AND MEDIUM MICRO ENTERPRISES (CASE STUDY ON UMKM DISTRICT IN SUKABUMI CITY)

In running a business sector, the right strategy is needed to manage the business. This strategy aims to maximize its potential with the aim of improving the quality of a business unit. The right strategy will provide appreciation from consumers to the business unit and give a positive impression to consumers. The purpose of this research is to find out public relations strategies and solutions to overcome obstacles used by UMKM District to attract audience interest.

Marketing Public Relations Strategy is a sales strategy that aims to maximize the potential for increasing sales results which involves communication and interpersonal relationships between business units and consumers. This strategy is also used to build business unit brand awareness of a product or service that has economic value. Brand awareness can be implemented as consumer brand knowledge and awareness of the brand or identity of a business unit.

This research uses qualitative research. Data collection techniques were carried out by observation and interviews. Interview data collection involves individuals who are directly involved in the business unit, either as business actors or consumers. Next, the results of the interview will be analyzed to answer the problem formulation in this research.

The results of this research show that the strategy used in forming Brand Awareness is through the Pull strategy by applying a persuasive, educational, social responsibility, collaborative and coordination approach. The obstacles encountered by Marketing Public Relations in the Sukabumi District are obstacles that are within the scope of efforts to build good relationships with consumers.

Keywords: Brand Awareness, UMKM, Marketing Public Relations Strategy