

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi
Aini Fadila
44311120115



Jumlah Halaman : 5 Bab + 98 Halaman + 1 Lampiran
Bibliografi : 45 acuan, Tahun 2004 - 2013

ABSTRAK

Kegiatan pemasaran lewat dunia maya atau *new media* kini menjadi primadona dan perbincangan di ranah pemasaran. Penggunaan sosial media yang cukup murah dan efektif digunakan Marketing Public Relations Trans 7 untuk meningkatkan citra merek di tengah persaingan industri televisi yang cukup kompetitif.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran marketing public relation dalam membentuk citra merek perusahaan Trans7 via sosial media termasuk mengetahui kendala yang terjadi terhadap proses pencitraan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan triangulasi data cara wawancara mendalam terhadap empat orang narasumber, observasi dan data-data yang didapat dari dokumen perusahaan.

Hasil penelitian ini membahas tentang aktivitas dan fungsi marketing public relation Trans 7, penggunaan media sosial twitter dan facebook serta usaha peningkatan citra merek perusahaan.

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, adalah bahwa marketing public relations memegang peranan penting dalam peningkatan citra merek Trans 7. Penggunaan sosial media twitter dan facebook dalam penyampaian pesan dan informasi dinilai cukup efektif dalam menjangkau masyarakat luas. Selain itu, upaya peningkatan citra merek perusahaan via sosial media tidak memiliki kendala yang cukup berarti