

ABSTRAK

Oka Hardiana : Pengaruh Strategi *Marketing Public Relations* PT. Pikiran Rakyat Terhadap Loyalitas Pembaca

Proses kelahiran media massa diawali oleh kebutuhan masyarakat untuk berkomunikasi, ketika jumlah masyarakat semakin banyak dan tersebar di seluruh muka bumi maka diperlukan media komunikasi yang efektif disebut dengan media massa. Media massa berfungsi sebagai penyalur informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Perkembangan media komunikasi telah banyak mengubah aspek kehidupan manusia dan hubungan komunikasi antar manusia hampir tidak terbatas, mulai dari cara pengumpulan, pengolahan dan pendistribusian pesan-pesan komunikasi. Begitu banyak informasi yang datang tidak dapat dipilih dan dimaknai oleh komunikan karena keterbatasan kemampuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dan seberapa besar pengaruh strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh PT Pikiran Rakyat terhadap loyalitas pembaca.

Penelitian mengenai strategi *Marketing Public Relations* PT Pikiran Rakyat terhadap loyalitas pembaca, menggunakan model S-M-C-R-E M Roger yang merupakan pengembangan teori model S-M-C-R David K Berlo. Model tersebut singkatan dari *Source-Message-Channel-Receiver-Effect*. Model ini menjelaskan proses komunikasi yang melibatkan sumber-sumber, pesan, media, efek.

Ditinjau dari segi jenisnya, dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, yaitu penelitian dua variabel atau lebih pada suatu situasi atau kelompok subjek.

Hasil pembahasan penelitian dari Pengaruh Strategi *Marketing Public Relations* PT Pikiran Rakyat terhadap loyalitas pembaca antara lain: Pertama Strategi *marketing public relations* yang digunakan oleh PT Pikiran Rakyat ada tiga strategi yang berbasis nilai berita, yaitu *Push/Full/Pass Strategy*. Atau bisa dikatakan dengan Trilogi Strategi MPR. Strategi ini mendorong pergerakan produk ke pasar melalui promosi atau insentif kepada distributor, agen dan pengecer (*Push Strategy*), serta menarik permintaan konsumen melalui iklan dan promosi (*Full Strategy*) sudah lazim digunakan di dunia pemasaran, dan juga berupaya membobol tembok penghalang dari kalangan tokoh, pejabat pemerintah, pembentuk opini, atau konsumen sendiri yang menolak idea tau pesan-pesan pemasaran (*Pass Strategy*). Strategi *marketing public relations* PT Pikiran Rakyat dengan loyalitas pembaca memiliki pengaruh yang sangat signifikan. Pengaruh strategi *marketing public relations* PT Pikiran Rakyat terhadap loyalitas pembaca cukup signifikan yaitu berpengaruh sebesar 72%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

