

ABSTRAK

Saif Ali: *Aktivitas Marketing Public Relations BBQ Mountain Boys (Studi Deskriptif Kualitatif pada BMB Burger di Bandung)*

Persaingan kompetitor serta maraknya perkembangan industri *F&B* terkhusus pada kota Bandung menjadikan aktivitas *marketing public relations* sebagai cara perusahaan dalam memasarkan produk. BMB Burger perusahaan *F&B* dengan bentuk restoran burger yang membawa citra “artisan burger” menjadikan aktivitas *marketing public relations* sebagai instrumen penting untuk memperkenalkan *value* perusahaan, meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaan dengan tujuan mendapatkan kepercayaan positif dari publik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *marketing public relations* pada BMB Burger di Bandung. Penelitian ini menggunakan konsep *PENCILS* dikembangkan oleh Thomas L. Harris dengan fokus pada lima aktivitas utama, yaitu *Publications* (publikasi dan publisitas), *News* (Pemberitaan), *Community Involvement* (Keterlibatan komunitas), *Inform or Image* (Memberitahukan atau meraih citra), *Lobbying and negotiation* (Lobi dan negosiasi).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif, serta menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan BMB Burger melaksanakan aktivitas *Marketing Public Relations* dengan 5 elemen. Pertama, *Publications* yaitu publikasi gratis dan melakukan kerja sama dengan *KOL* dan *influencer*. Kedua, *News* yaitu pembuatan berita yang informatif dan penggunaan gaya bahasa yang mudah dimengerti *audiens*. Ketiga, *Community Involvement* melalui kegiatan barter dan berkolaborasi dengan komunitas lokal. Keempat, *Inform or Image* yaitu aktivitas penyampaian citra “artisan burger” serta melakukan penyesuaian terhadap identitas merek. Kelima, *Lobbying and negotiation* yaitu aktivitas untuk menjaga keberlanjutan rantai pasok serta membangun kesepakatan dengan pihak eksternal.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations, BMB Burger, Konsep PENCILS, Citra Positif.*

ABSTRACT

Saif Ali: *Marketing Public Relations Activities of BBQ Mountain Boys (A Qualitative Descriptive Study on BMB Burger in Bandung)*

The increasing competition and rapid growth of the F&B industry, particularly in the city of Bandung, have positioned marketing public relations activities as a key strategy for companies to promote their products. BMB Burger, an F&B company operating as a burger restaurant that carries the image of an “artisan burger,” utilizes marketing public relations as a crucial instrument to communicate its values, enhance and maintain its brand image, and gain positive public trust.

This study aims to examine the marketing public relations activities of BMB Burger in Bandung. The research is guided by the PENCILS concept developed by Thomas L. Harris, focusing on five main activities: Publications, News, Community Involvement, Inform or Image, and Lobbying and Negotiation.

The study employs a constructivist paradigm with a qualitative approach and uses a qualitative descriptive method. Data collection techniques include in-depth interviews, observation, and documentation.

The findings reveal that BMB Burger implements marketing public relations through five key elements. First, Publications through free publications and collaborations with KOLs and influencers. Second, News by producing informative content and using language that is accessible to the audience. Third, Community Involvement through barter activities and collaborations with local communities. Fourth, Inform or Image by promoting the “artisan burger” image and adjusting to the brand identity. Fifth, Lobbying and Negotiation through activities aimed at maintaining supply chain sustainability and building agreements with external parties.

Keywords: *Marketing Public Relations, BMB Burger, PENCILS Concept, Positive Brand Image.*