

## ABSTRAK

**Ulfah Izzatun Syahidah, Strategi Marketing Public Relations PT. Eigerindo Multi Produk Industri Dalam Pembentukan *Brand Image* Eiger.**

*Strategi Marketing Public Relations* merupakan salah satu strategi yang penting untuk dimiliki perusahaan, dengan adanya *strategi Marketing Public Relations* maka perusahaan dapat bertahan lama terutama dalam persaingan bisnis. PT. Eigerindo Multi Produk Industri merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang dapat bertahan lama sejak tahun 1989. Keunikan PT. Eigerindo Multi Produk Industri yaitu pada salah satu merek dagang Eiger. Eiger merupakan salah satu merek penyedia perlengkapan luar ruang yang telah dikenal luas oleh publik. Setiap individu yang berpikir mengenai merek perlengkapan *outdoor* tentu akan menjatuhkan pilihan pertama pada produk Eiger, padahal saat ini telah banyak perusahaan yang bergerak dibidang yang sama dengan Eiger.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Strategi Marketing Public Relations* PT. Eigerindo Multi Produk Industri dalam pembentukan *Brand Image* Eiger, yaitu dengan mengetahui *Strategi Marketing Public Relations* Eiger dalam meningkatkan produksi dan penjualan sebagai pembentukan *Brand Image*. Mengetahui *Strategi Marketing Public Relations* Eiger dalam usaha pengenalan dan penyebaran informasi sebagai pembentukan *Brand Image*, serta mengetahui *Strategi Marketing Public Relations* Eiger membangun opini publik sebagai pembentukan *Brand Image*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada manajer dan staf marketing komunikasi Eiger, serta melalui observasi partisipatori pasif..

Penelitian ini menggunakan konsep *Three Ways Strategy* yang digagas oleh Philip Kotler yaitu *push*, *pull* dan *pass strategy* dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa strategi *push* yang dilakukan melalui empat cara yaitu dengan riset pasar, perluasan pasar dengan pameran *online* dan *offline store*, inovasi dan pengenalan produk dan *campaign*. Sedangkan untuk *pull strategi* didapatkan dua taktik yaitu dengan iklan melalui *above the line* dan *below the line* dan yang kedua yaitu promosi melalui kerjasama program televisi nasional. Strategi terakhir yaitu *pass strategi* didapati dua langkah dalam pembentukan opini publik, yaitu dengan memainkan peran *brand ambassador* dan yang kedua yaitu *event*.

**Kata Kunci:** (*Strategi Marketing Public Relations, Marketing, Public Relations, Brand Image, Eiger*)

## ABSTRACT

**Ulfah Izzatun Syahidah**, Marketing Public Relations Strategy PT. Eigerindo Multi Industrial Products In The Formation Of Brand Image Eiger.

Marketing Strategy Public Relations is one important strategy to have company, with the strategy of Public Relations Marketing then the company can survive long, especially in business competition. PT. Eigerindo Multi Produk Industri is one of the companies in Indonesia that can last long since 1989. Uniqueness of PT. Eigerindo Multi Industrial Products is on one of the Eiger trademarks. Eiger is one brand of outdoor equipment providers that have been widely known by the public. Any individual who thinks about the outdoor gear brand will certainly drop the first choice on Eiger products, whereas today there are many companies in the same field as the Eiger.

This study aims to find out how Marketing Strategy Public Relations PT. Eigerindo Multi Industrial Products in the formation of Brand Image Eiger, by knowing Eiger Public Relations Marketing Strategy in increasing production and sales as the formation of Brand Image. Knowing the Marketing Strategy of Public Relations Eiger in the effort of introducing and disseminating information as the formation of Brand Image, and knowing the Public Relations Marketing Strategy Eiger build public opinion as the formation of Brand Image.

The method used in this study is a qualitative case study with data collection techniques through in-depth interviews to managers and marketing staff Eiger communication, as well as through passive participative observation .

This study uses the concept of Three Ways Strategy initiated by Philip Kotler is push, pull and pass strategy with the results of research showing that the push strategy is done through four ways, namely by market research, market expansion with exhibitions, online exhibitions and offline stores, innovation and product introduction and campaign. While to pull strategy got two tactics that is with advertisement through above the line and below the line and the second is promotion through cooperation of national television program. The last strategy is a strategy pass found two steps in the formation of public opinion, that is by playing the role of brand ambassador and the second is the event.

**Keywords:** (Marketing Public Relations Strategy, Marketing, Public Relations, Brand Image, Eiger)