

ABSTRAK

Irfan Rahmatullah : Strategi *Marketing Public Relations* Pada Perusahaan Syamanah jersey Dalam Meningkatkan Minat Konsumen

Marketing Public Relations merupakan kegiatan pemasaran yang sebagian besarnya sudah memanfaatkan media sosial dalam prosesnya. Kegiatan ini tidak fokus dalam penjualan saja, tetapi fokus dalam membangun hubungan dengan konsumen sehingga tercipta konsumen yang loyal dan setia terhadap perusahaan. Tujuannya kegiatan marketing public relations yaitu untuk meningkatkan minat konsumen sehingga tercipta rasa ingin memiliki terhadap produk dan jasa dari Syamanah jersey.

Penelitian ini untuk mengetahui kegiatan *marketing public relations* pada perusahaan Syamanah jersey yang mengacu pada konsep *Three ways Strategy* yang dipopulerkan oleh Thomas L Haris yaitu, *Push* (Menarik), *Pull* (Mendorong), *Pass* (Menggiring Opini Publik)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan secara rinci hasil penelitiannya. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data melalui observasi lengkap, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan Marketing public relations yang dilaksanakan oleh staff Syamanah jersey melalui 3 tahap: 1) *Push* (taktik menarik) kegiatan yang meliputi pemberian promo besar dan memberikan pelayanan sepenuh hati terhadap konsumen 2) *Pull* (taktik mendorong) kegiatan yang meliputi pemanfaatan media sosial Instagram dan Whatsapp sebagai media iklan dan komunikasi dengan publik 3) *Pass* (menggiring opini publik) kegiatan yang meliputi pemberian sponsorship dan kolaborasi dengan influencer dalam upaya meningkatkan brand image dimata publik.

Kata Kunci : *Marketing Public Relations*, Konsumen, Syamanah jersey

ABSTRACT

Irfan Rahmatullah : *Marketing Public Relations Strategy at Syamanah jersey Company in Increasing Consumer Interest*

Marketing Public Relations is a marketing activity that most of them have used social media in the process. This activity does not focus on sales alone, but focuses on building relationships with consumers so that loyal and loyal consumers are created to the company. The purpose of marketing public relations activities is to increase consumer interest so that it creates a sense of desire to own products and services from Syamanah jersey.

This research is to find out the marketing public relations activities in the Syamanah jersey company which refers to the concept of Three ways Strategy popularized by Thomas L Haris, namely, Push (Pull), Pull (Push), Pass (Lead Public Opinion)

This study uses a qualitative descriptive method that describes in detail the results of the research. The research was conducted by collecting data through complete observations, in-depth interviews and documentation.

The results of this study show that Marketing public relations activities carried out by Syamanah jersey staff go through 3 stages: 1) Push (attractive tactics) activities that include providing big promos and providing wholehearted service to consumers 2) Pull (pushing tactics) activities that include the use of Instagram and WhatsApp social media as advertising and communication media with the public 3) Pass (accompanying public opinion) activities which include providing sponsorship and Collaboration with influencers in an effort to improve brand image in the eyes of the public.

Key Words: *Marketing Public Relations, Consumer, Syamanah jersey*