

Analisis penerapan tools marketing public relations dalam menumbuhkan brand image

Agustina Rina Utami, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=124033&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis selalu dikaitkan dengan keuntungan dan image (citra). PT Gramedia (Printing Unit) merupakan salah satu unit usaha Kelompok Kompas Gramedia (KG) dikenal dengan brand atau nama Gramedia Printing, Pencetakan harian koran merupakan kategori cetak web yang lebih menguntungkan jika dibanding kategori cetak komersial. Pada kenyataannya, dalam perkembangan 7 tahun terakhir, cetak komersial sudah mulai berkembang. Saat PT Gramedia berorientasi hanya menggarap bisnis cetak web akhirnya membentuk image harga jasa Gramedia "mahal" Selain itu ada image lainnya seperti "toko buku", "percetakan besar yang hanya melayani kelompoknya sendiri" serta "suka merusak harga". Dengan image seperti diatas sangat penting untuk meluruskan dan membangun image menjadi lebih positif yang pada akhirnya merangsang konsumen untuk menjatuhkan pilihan jasa cetak di Gramedia.

Tujuan penelitian ini adalah ingin menganalisis penerapan tools Marketing Public Relation sebagai bahan evaluasi pembangunan citra merek Gramedia Printing. Paradigma yang dipergunakan dalam penelitian konstruktivis. Sedangkan strategi penelitian yang digunakan adalah Studi Kasus dengan metode pengumpulan data depth interview dan literature perusahaan.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan diketahui bahwa Gramedia Printing menggunakan tools Public Relations dalam kegiatan Marketing.

Kesimpulan dari penelitian ini, walaupun PT Gramedia tidak memiliki Divisi Public Relations secara khusus, fungsi Public Relations dalam menumbuhkan Brand Image dilakukan oleh Divisi Marketing namun belum dapat berjalan secara optimal.

<hr>

Always associated with the business profits and image (the image). PT Gramedia (Printing Unit) is a business unit of Kompas Gramedia Group (KG) with a known brand name or Gramedia Printing, Printing category is a daily newspaper printed the web if more profitable than the commercial print category.

In the fact, in the last 7 years, has started a commercial printing berkembang. Saat PT Gramedia oriented business use only the web form printed image price service Gramedia "expensive" There are other image such as "bookstore", "printing a large serving only own group "and" like the price break. " With the above image as it is important to align and develop a more positive image that will eventually drop to stimulate consumer choice in the print service Gramedia.

Goal of this research is the tools you want to know as the Public Relation Marketing materials evaluation of brand image and how the application of the tools in the marketing activities that have been done. Paradigm

used in research konstruktivis. while the research strategy used was case study with the method of data depth interview and literature company.

Based on analysis of data that has been made known that Gramedia Printing using the tools of Public Relations in Marketing.

Conclusion of this research, although the PT Gramedia not have a Public Relations Division in particular, functions of Public Relations in the Brand Image done by the Marketing Division, but can not run optimally.