

**MARKETING PUBLIC RELATIONS PT KEWPIE INDONESIA
DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK KEWPIE
SALAD DRESSING WIJEN SANGRAI
KEPADA CUSTOMER**

**(Studi kasus event East Food Indonesia, Surabaya 11 Agustus – 14 Agustus
2016)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana 1 Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

**DESIH RODIYAN
051203503125140**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2017**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Desih Rodiyan
NIM : 051203503125140
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

**MARKETING PUBLIC RELATIONS PT KEWPIE INDONESIA DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK KEWPIE SALAD DRESSING WIJEN
SANGRAI KEPADA CUSTOMER**

Jumlah halaman : xiii + 93 halaman + 21 lampiran

Bibliografi : 16 Buku (2000-2014); 6 Artikel Internet

ABSTRAK

Latar belakang dalam skripsi ini membahas tentang Marketing public relations PT KEWPIE INDONESIA dalam mempromosikan produk KEWPIE Salad Dressing Wijen Sangrai kepada customer. Karena persaingan marketing sekarang lambat laun sudah mulai merajalela, MPR (Marketing Public Relations) sebisa mungkin harus mempunyai proses-proses tertentu untuk meningkatkan kualitas penjualan suatu perusahaan. Landasan konseptual adalah dengan melakukan kegiatan, marketing public relations, perilaku konsumen, minat beli. Metode penelitian yang dipakai pendekatan kualitatif, metode penelitian studi kasus, sifat penelitian kualitatif, menggunakan 1 Key Informan dan 4 Informan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Hasil penelitian dari data yang ada menunjukkan bahwa PT. KEWPIE INDONESIA mempromosikan secara aktif produk KEWPIE Salad Dressing dengan Wijen Sangrai dengan menjalankan aktivitas on-ground dan promosi secara online untuk meningkatkan brand awareness & brand image, juga untuk meningkatkan pola makan customers agar meningkatkan minat beli produk-produk KEWPIE.

Kata Kunci :Marketing public relations,mempromosikan, produk KEWPIE

**Dosen Pembimbing : 1. Indah Kurniawati, M.Si
2. Achmad Budiman,M.I.KOM**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Desih Rodiyan
NIM : 051203503125140
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

MARKETING PUBLIC RELATIONS OF PT. KEWPIE INDONESIA IN
PROMOTING KEWPIE SALAD DRESSING ROASTED SESAME TO
CUSTOMERS

Number of pages : xiii + 93 page + 21 Attachment

Bibliografi : 16 Book (2000-2014); 6 Article

ABSTRACT

This thesis will discuss the public relations and marketing strategies employed by PT. KEWPIE INDONESIA in promoting its product, KEWPIE Salad Dressing Roasted Sesame, to its customers. Market competition is currently becoming increasingly crowded, making it increasingly important for companies to focus on their public relations and marketing processes. The conceptual basis is to examine the role and benefits of conducting consumer engagement activities, public relations marketing, and studying consumer behaviours and interest in purchasing the products. This study uses a qualitative approach, using 1 key informant and 4 other informants to collect the necessary data. The results show that PT. KEWPIE INDONESIA actively promotes KEWPIE Salad Dressing Roasted Sesame by conducting on-ground activities and online promotions to improve its brand recognition and image, as well as aiming to improve consumers' eating habits in order to increase consumers' interest in purchasing KEWPIE products.

Key Word :Marketing public relations, promoting, KEWPIE products

Supervisors : 1. Indah Kurniawati, M.Si
2. Achmad Budiman, M.I.KOM