

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA FAKULTAS ILMU
SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS***

**Skripsi, Juli 2022
Siti Rahmalia
2017140067**

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM
MEMPROMOSIKAN KOPERASI BINA MANDIRI SEJAHTERA
(NAMASTRA) KOTA BOGOR DIMASA PANDEMI *COVID 19***

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan koperasi di Indonesia yang mengalami perubahan menjadi koperasi modern berbasis digital agar bisa bertahan dan bersaing dengan Bank. Pada tahun 2020 muncul wabah penyakit *Covid-19*. Adanya pandemi *Covid-19* ini berdampak pada sektor-sektor yang ada, salah satunya industri ekonomi. Dalam mempertahankan koperasi di masa pandemi *Covid-19*, diperlukan strategi-strategi yang tepat dan sesuai. Strategi *Marketing Public Relations* menjadi penting dalam mempromosikan perusahaan kepada calon anggota baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi yang terdiri dari *pull strategy*, *push strategy*, *pass strategy* yang digunakan *Marketing Public Relations* Koperasi Namastra dalam melakukan promosi di masa pandemi *Covid-19*, peluang dan hambatan yang dihadapi *Marketing Public Relations* Koperasi Namastra di masa pandemi *Covid-19*.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif (Jalaluddin Rakhmat, 2017:24). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah bahwa *Push strategy* yang digunakan yaitu membuat event dan sosialisasi tabungan, *pull strategy* yang digunakan yaitu publikasi media (*website* dan media sosial) dan membuat artikel. *pass strategy* yang digunakan yaitu *sponsorship* dan *charity*, peluang yang dihadapi yaitu Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat di masa pandemi dalam mencari produk simpan dan pinjam karena dimasa pandemi ekonomi seringkali naik turun sehingga kebutuhan tersebut dapat memberikan peluang yang baik untuk Koperasi Namastra.

Hambatan yang dihadapi yaitu kurangnya komunikasi dan SDM karena adanya karyawan yang dirumahkan.

Kata Kunci : Strategi, *Marketing Public Relations*, Promosi

Referensi : 11 buku, 3 jurnal, 1 *website*

Pembimbing : Siska Yuningsih, S.I.Kom, M.I.Kom.