

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

**Sarah Azzahra  
20118140045**

**Strategi *Marketing Public Relations* Toko Kopi Bahagia**

**ABSTRAK**

Pada saat ini, minum kopi tidak hanya identik dengan kegiatan yang dilakukan orang dewasa saja, melainkan juga dilakukan oleh anak muda dan minum kopi dijadikan mereka sebagai sebuah *lifestyle* juga sebagai sarana menunjukkan eksistensi mereka. Banyaknya usaha kecil menengah pada ranah *coffee shop* di saat ini menyebabkan pentingnya seorang *Marketing Public Relations* pada perusahaan yang bergerak dibidang kopi, untuk mengelola produknya yang baik kepada masyarakat selama perusahaannya berjalan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui; (1) Bentuk penyebaran informasi yang digunakan oleh Toko Kopi Bahagia sebagai salah satu penerapan strategi pull dalam melakukan *Marketing Public Relations*. (2) Upaya melakukan strategi push oleh Toko Kopi Bahagia dalam menjalankan *Marketing Public Relations*. (3) Bentuk strategi pass yang dilakukan oleh Toko Kopi Bahagia untuk menciptakan citra positif dalam melakukan *Marketing Public Relations*. (4) Hambatan yang terjadi dalam *Marketing Public Relations* Toko Kopi Bahagia. Penelitian ini menggunakan teori Ruslan (2016) mengenai *Strategi Marketing Public Relations*. Menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan informan menggunakan Teknik wawancara, yaitu dua orang informan, *Marketing Public Relations* dan staff media sosial, triangulasi data. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Toko Kopi Bahagia melalui media cetak khususnya brosur, media sosial khususnya Instagram serta kontribusi kegiatan sangat efektif untuk memperkenalkan produk di masyarakat, sebab melihat pentingnya brosur sebagai media promosi secara langsung dengan memuat banyak informasi, lalu instagram yang penting bagi masyarakat di era digital saat ini, dimana seseorang akan menggunakan instagram untuk mendapatkan informasi, dan berkontribusi dalam sebuah kegiatan untuk mendapatkan citra yang baik sekaligus memperluas promosi produk secara langsung sehingga dapat membentuk citra baik terhadap produk Toko Kopi Bahagia.

**Kunci: *Public Relations, Marketing Public Relations, Strategi Pull, Strategi Push, Strategi Pass, Toko Kopi Bahagia.***

**Referensi : 20 buku, 5 jurnal, 3 website**