

ABSTRAK

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations
Skripsi, Agustus 2023

HARNO

Aktivitas Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Hubungan Eksternal Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Deskriptif Pada Perseroan Terbatas Samiaji Inti Prima)

103 halaman + 2 Gambar + 5 Tabel

Pandemi covid-19 berdampak signifikan terhadap beberapa industri dan sektor bisnis di Indonesia. PT Samiaji Inti Prima, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang permesinan tekstil dan suku cadang untuk memproduksi kain wool juga mengalami kendala pada saat pandemi, yaitu terjadinya keterlambatan pengiriman peralatan suku cadang dari impor sehingga menyebabkan komplain dari pelanggan yang merasa kecewa. Setelah berhasil menyelesaikan masalah komplain tersebut, *Marketing Public Relation* PT Samiaji Inti Prima kemudian berusaha menjaga stabilitas hubungan yang sudah terjalin baik dengan pihak eksternal. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana aktivitas *Marketing Public Relations* PT Samiaji Inti Prima yang dijalankan dalam mempertahankan hubungan eksternal pasca pandemi covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori Thomas L. Harris dalam Ruslan (2016) mengenai aktivitas *Marketing Pubic Relations*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dalam menghadapi situasi ini, tim *Marketing Public Relations* mengambil inisiatif dengan melakukan empat aktivitas *Marketing Public Relations* diantaranya publikasi, event, inform or image dan lobbying. Publikasi dilakukan dengan mengadakan seminar daring, untuk merespons komplain dari para pelanggan, kemudian dilanjutkan dengan proses *lobbying & negotiation* dimana pada akhirnya mencapai kesepakatan bahwa dana akan dikembalikan lima puluh persen sebagai ganti rugi dan pelanggan tersebut akan mendapatkan *free service selama waktu tertentu*. Aktivitas *Marketing Public Relations* melalui *event* tetap digelar melalui pameran dimana acara ini berpotensi untuk mendatangkan *customer* baru. Aspek *inform or image* dilakukan sebagai tindak lanjut dari pelaksanaan *event* dimana tim *Marketing Public Relations* akan menghubungi calon pelanggan untuk memasarkan produk.

Kata kunci : Aktivitas, Hubungan Eksternal, Marketing Public Relations, Pasca Pandemi