

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SKRIPSI, MEI 2024

ANNISSA NURUL RAHMAH

2018140237

**IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* J&T  
EXPRESS CABANG BOGOR DALAM MENGHADAPI KRISIS**

(87 hal + 8 gambar + 4 tabel + 33 lampiran)

## ABSTRAK

Penelitian ini berlatar belakang implementasi strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh J&T Express Cabang Bogor untuk menghadapi krisis. Banyaknya perusahaan layanan ekspedisi saat ini membuat persaingan semakin ketat dan makin banyak krisis yang dialami. Perusahaan harus membuat strategi untuk menghadapi krisis agar menjadi unggul dan mendapat citra baik dari publik. Maka dari itu dibutuhkan strategi *Marketing Public Relations*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy* yang digunakan *Marketing Public Relations* J&T Express cabang Bogor dalam menghadapi krisis, serta peluang dan hambatan yang dihadapi *Marketing Public Relations* J&T Express cabang Bogor dalam menjalankan strateginya.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Three Ways Strategy (Pull, Push, and Pass Strategy)* oleh Thomas L. Harris.

Hasil penelitian ini adalah *pull strategy* yang digunakan yaitu publikasi media (media sosial dan *website*) dan penawaran fasilitas pelayanan. *Push strategy* yang digunakan yaitu melakukan kerjasama dengan *e-commerce*, *sponsorship*, *event* dan potongan harga serta pemberian *reward*. *Pass strategy* yang digunakan yaitu berpartisipasi dalam kegiatan sosial sekitar perusahaan seperti *charity*. Peluang yang dihadapi yaitu peningkatan penggunaan *gadget* untuk mencari informasi, serta hambatan yang dihadapi yaitu semakin banyak bentuk penawaran yang sama yang dilakukan oleh pihak kompetitor.

**Kata Kunci** : Implementasi. Strategi, *Marketing Public Relations*, Krisis

**Referensi** : 16 Buku, 9 Jurnal, 3 Website

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