

ABSTARK

Korina Lolita Ginting. 10820386.

Strategi *Marketing Public Relations* Divisi Media Planner Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Channel Gtv Pay, Mnctv Pay, Rcti Pay di MNC Channels.

Kata Kunci : Strategi *Marketing Public Relations*, Komunikasi Pemasaran, Divisi Media Planner, *Brand Awareness*, MNC Channels.

(xiii+87+Lampiran)

Di era globalisasi saat ini, komunikasi menjadi hal yang esensial pada setiap lapisan masyarakat dan menjadi kebutuhan pokok. Saat ini, orang-orang memandang periklanan sebagai teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan cepat dan semakin canggih sehingga menciptakan peluang-peluang baru bagi berbagai pelaku usaha yang menawarkan barang dan jasa. Maka dari itu, dengan semakin canggihnya teknologi dan informasi perusahaan MNC Channels menggunakan era globalisasi dengan memberikan pelayanan terbaik di dalam dunia pertelevision Indonesia dengan menggunakan *pay tv* pada aplikasi yang bisa diakses oleh masyarakat yaitu Vision Plus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing public relations* yang dipakai oleh divisi media planner dalam membangun *brand awareness* di MNC Channels. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta paradigma konstruktivisme. Informan dalam penelitian ini yaitu karyawan MNC Channels divisi media planner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori excellence. Hasil dari penelitian ini yaitu MNC Channels telah berhasil menjalankan strategi *marketing public relations* khususnya dalam membangun *brand awareness* yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan eksistensi brand yang dilakukan oleh divisi media planner. Strategi *marketing public relations* yang dipakai oleh divisi media planner juga mencakup konsep dari Thomas L.Harris yaitu *three ways strategy* berupa *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy*. *Pull Strategy* yaitu strategi untuk menarik masyarakat dalam melakukan pembelian dengan melakukan pembelian produk atau jasa. Maka dari itu, *pull strategy* yang dipake divisi media planner dalam membangun brand awareness di MNC Channels yaitu menggunakan promosi dan periklanan. *Push Strategy* yaitu strategi untuk mendorong pembelian suatu barang atau jasa dengan tujuan berhasilnya pemasaran dengan cara marketing public relations. Maka dari itu, *push strategy* yang dipakai oleh divisi media planner yaitu memberikan layanan terbaik untuk kepuasan terhadap program tayangan *pay tv*. *Pass strategy* adalah strategi untuk mempengaruhi serta menciptakan opini publik dengan tujuan mendapatkan perhatian publik dengan membangun citra yang baik di masyarakat. Oleh karena itu *pass strategy* yang dipakai oleh MNC Channels membangun kegiatan yang dilakukan dengan cara *marketing public relations* mengadakan event atau kegiatan sosial

Daftar Pustaka (1996 – 2024)