**ABSTRAK**

**Penelitian ini berjudul “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DI MATOA INDONESIA”. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran PR dalam melaksanakan strategi-strategi untuk membangun brand image terhadap suatu merk dan bagaimana konsumen dapat merasakan manfaat dari adanya strategi *public relations* tersebut.**

**Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, dengan tipe penelitian yang bersifat kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yaitu observasi lapangan, wawancara, dan angket *online*. Pemilihan responden menggunakan *purposive sampling.***

**Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Matoa Indonesia telah melakukan strategi PR yang cukup baik dalam membangun brand image perusahaannya dengan mengedepankan kepercayaan konsumen dan kualitas produknya.**

**Strategi promosi yang dilakukan Matoa Indonesia adalah dengan melalui media online dan offline. Media online dapat dilihat melalui media sosial instagram dan web [www.matoa-indonesia.com](http://www.matoa-indonesia.com) sedangkan media offline konsumen dapat berkunjung langsung ke Matoa House di Jl. Kanayakan Dago dan *booth* Matoa Indonesia di berbagai pameran.**

**Konsumen turut merasakan manfaat dari strategi PR yang dijalankan, terbukti berdasarkan angket yang telah disebarkan sebagian besar beranggapan positif terhadap *brand image* Matoa Indonesia**

**Hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, yaitu semoga Matoa Indonesia dapat terus berinovasi dalam segala hal agar dapat bertahan dalam dunia bisnisnya semakin lama dan produk-produk Indonesia semakin dicintai baik di negrinya sendiri maupun mancanegara.**

***ABSTRACT***

***This research is called “*STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DI MATOA INDONESIA”*. The purpose and usefulness of this study is to find the role of PR in implementing the strategies to build the brand image towards a brand and how consumers can felt the benefits from the fact that public relations strategy.***

***This research methodology used descriptive analysis method with the type of research quantitative. The data used in this research is study literature and field studies namely observation field, interview, and online poll. The selection of respondents had to use purposive of sampling .***

***Based on the results of research, seen that Matoa Indonesia has taken a PR strategy is a good enough in building the brand image of their company by prioritizing consumer trust and the quality of their products.***

***A strategy of promotion conducted Matoa Indonesia is with through online media and offline. Online media is able to be seen through social media Instagram and web*** [***www.matoa-indonesia.com***](http://www.matoa-indonesia.com) ***while media offline consumers can visit directly to Matoa House at* Jl. Kanayakan, Dago *and booth Matoa Indonesia in various exhibitions.***

***Consumers can felt the benefits of the strategy PR that is ran, proven based on cthe online poll who have been distributed most assume positive on the brand image of Matoa Indonesia***

***Researchers recommend as a input based on the results of research conducted, may Matoa Indonesia can continue to innovate in all things which would survive in the world business longer and products Indonesia has loved both in their own country and foreign.***

**RINGKESAN**

**Panulungtikan ieu dijudulan “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DI MATOA INDONESIA”. Tujuan SARTA KAGUNAAN ieu panalungtikan nya éta pikeun nangtukeun peran PR di ngalaksanakeun strategi pikeun ngawangun gambar merek, kumaha pamakéna bisa kauntungan tina strategi humas maranéhanana.**

**Metodeu dipaké dina ieu panalungtikan nyaéta analisis deskriptif sareng jenis panalungtikan kuantitatif. Téhnik kempelan data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta studi studi pustaka jeung médan nyaéta obsérvasi, wawancara sarta questionnaires online. Pilihan responden maké purposive sampling.**

 **Dumasar panalungtikan, eta dipikanyaho yén Matoa Indonesia geus dipigawé strategi PR geulis alus dina ngawangun gambar brand parusahaan ku promosi kapercayaan konsumen jeung produk kualitas.**

**Strategi kampanye di Matoa Indonésia ieu mangrupa ngaliwatan média online tur offline. Media online bisa ditempo via Instagram média sosial sarta offline média web www.matoa-indonesia.com bari pamakéna bisa didatangan langsung ka Matoa House on Jl. Kanayakan Dago sarta Matoa stan Indonesian dina rupa paméran.**

**Pamakéna ogé ngarasakeun mangpaat ngajalankeun strategi PR, sakumaha dibuktikeun ku angkét anu geus disebarkeun lolobana pikir positif kana gambar brand Matoa Indonesia**

**Hal mun peneliti nyarankeun salaku input dumasar kana hasil panalungtikan anu dilakukeun, nu bisa Matoa Indonesia bisa neruskeun inofasina dina sagalana guna salamet di dunya bisnis anu meunang produk heubeul tur Indonesian leuwih dipikacinta alus sorangan di kota maranéhanana jeung nagara deungeun.**