**ABSTRAK**

Persaingan bisnis dunia semakin meningkat dan membuat tim pemasaran harus lebih detail untuk menangkap peluang. Untuk mendapatkan peluang yang lebih baik diperlukan strategi pemasaran baru. Seperti *telemarketing* dan *Marketing Strategy Public Relations*.

Strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam perusahaan. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, perusahaan tidak dapat memperoleh konsumen. Kasus ini terjadi di PT. Rekayasa Hijau Indonesia, seperti pada perusahaan nasional di Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian deskriptif yang menyarankan agar gambaran keseluruhan tentang *telemarketing* sebagai pemasaran strategi Humas dalam kegiatan tersebut. Data penelitian ini diambil secara mendalam dengan data *refrence* dan subjek dalam penelitian ini, yaitu: koordinator *telemarketing* dan juga beberapa karyawan *telemarketing*. Pengamatan dilakukan dengan baik sehingga dapat dikonfirmasikan dengan relevansi buku yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *telemarketing* sebagai salah satu strategi pemasaran *Public Relations*. Berawal dari kemampuan dalam bekerja, karyawan tersebut telah terlatih dengan baik. Kemudian, *telemarketing* menghubungi konsumen melalui komunikasi dan hubungan baik yang pernah mereka lakukan sebelumnya. Selain itu, membujuk konsumen dilakukan agar konsumen memiliki kepercayaan terhadap produk dari perusahaan itu sendiri.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Hal yang direkomendasikan oleh peneliti sebagai masukan untuk PT. Rekayasa Hijau Indonesia sebagai Strategi Marketing Public Relations dalam Telemarketing untuk meningkatkan kinerja telemarketing dalam menghubungi calon konsumen pengguna produk PT. Rekayasa Hijau Indonesia.