

ABSTRAK

Judul dari penelitian ini adalah “Strategi *Marketing Public Relations* Rabbit Town dalam Membangun *Brand Image* di Kalangan Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh Rabbit Town dalam membangun *Brand Image* atau citra.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan adalah Teori *Marketing Public Relations* Thomas L Harris dan juga Teori Citra Frank Jefkins. Sedangkan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah observasi, wawancara mendalam dan studi kepustakaan.

Dari hasil pengamatan dan pengumpulan data yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi *marketing public relations* Rabbit Town yang telah dilakukan oleh *Public Relations* serta timnya yaitu seperti *event*, *sponsorship* dan juga melakukan kerja sama dengan TV dan radio. Dengan diadakannya kegiatan tersebut dapat membantu Rabbit Town dalam proses pengenalan atau peningkatan kesadaran publik akan adanya Rabbit Town dan promosi kepada khalayak. Selain itu Rabbit Town juga aktif dalam media sosial yaitu instagram dan web sebagai media informasi kepada khalayak. Hal lain yang menjadi salah satu tujuan kegiatan *marketing public relations* yang berperan penting dan harus diperhatikan yaitu membangun hubungan yang harmonis dan membangun kepercayaan publik terhadap Rabbit Town.

Dengan dilakukannya kegiatan-kegiatan *marketing public relations* tersebut diharapkan dapat membentuk citra positif pada khalayak khususnya kalangan mahasiswa. Dan dengan dilakukannya kegiatan *marketing public relations* diatas telah berhasil membentuk beberapa citra pada kalangan mahasiswa dan masih terdapat beberapa kegiatan *marketing public relations* diatas yang belum saling berkolerasi dengan citra yang ingin dibentuk pada kalangan mahasiswa masih terdapat beberapa masalah dan perbedaan yang perlu di perhatikan dan di perbaiki oleh Rabbit Town.