# ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Membangun *Brand Awareness* Vlowy.Id (Studi Kasus Pada Kegiatan *Marketing Public Relations* *Local Brand* Vlowy.Id). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah kegiatan *Marketing Public Relations* (MPR) yang dilakukan Vlowy.Id memberikan dampak *awareness* kepada khalayak sasaran, dimana hal ini dilakukan untuk menghadapi persaingan cukup ketat dengan *local brand* lainnya. Penelitian ini dilakukan pada khalayak sasaran Vlowy.Id yaitu customerdan *followers* yang telah mengikuti perkembangan *local brand* Vlowy.Id.

Dalam metode penelitian, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, dimana peneliti melakukan penelitian dengan M*arketing Public Relations* agar dapat merekonstuksi realitas yang ada. Pendekatan yang digunakan adalah metode penelitian deksriptf kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung dan juga dengan melakukan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh Vlowy.Id dalam membangun *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan teori Strategi *Marketing Public Relations* dari Thomas L. Harris, dimana penggunaan strategi dan teknik *Public Relations* ( PR ) untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran. Tujuan dari *Marketing Public Relations* ( MPR ) adalah untuk mendapatkan kesadaran, merangsang penjualan, memfasilitasi komunikasi dan membangun hubungan antara konsumen, perusahaan dan merk produknya. Fungsi pokok *Marketing Public Relations* ( MPR ) adalah mengkomunikasikan informasi yang kredibel, pemberian *sponsor event* yang sesuai serta mendukung kegiatan sosial yang menguntungkan masyarakat).

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa Vlowy.Id dinilai berhasil meningkatkan *awareness* dari khalayak sasaran. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dampak *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh Vlowy.Id dinilai telah berhasil melakukan strategi yang tepat.

Kata Kunci : Marketing Public Relations, Kesadaran merek.

# ABSTRACT

*This thesis is entitled Marketing Public Relations Strategy in Building Vlowy.Id Brand Awareness (Case Study on Local Brand Vlowy.Id Marketing Public Relations Activities). This study aims to analyze whether the Marketing Public Relations (MPR) activities carried out by Vlowy.Id have an impact on awareness to the target audience, where this is done to face fairly tight competition with other local brands. This research was conducted on the target audience of Vlowy.Id, namely customers and followers who have followed the development of the local Vlowy.Id brand.*

*In the research method, the researcher uses the constructivism paradigm, where the researcher conducts research with Marketing Public Relations in order to reconstruct the existing reality. The approach used is a qualitative descriptive research method with data collection through in-depth interviews, direct observation and also by conducting a literature study.*

*The results of this study aim to find out how the Marketing Public Relations strategy carried out by Vlowy.Id in building brand awareness. This study uses the theory of Marketing Public Relations Strategy from Thomas L. Harris, where the use of strategies and techniques of Public Relations (PR) to achieve marketing goals. The purpose of Marketing Public Relations (MPR) is to gain awareness, stimulate sales, facilitate communication and build relationships between consumers, companies and their product brands. The main function of Marketing Public Relations (MPR) is to communicate credible information, provide appropriate event sponsorship and support social activities that benefit the community).*

*From the results of data analysis shows that Vlowy.Id is considered successful in increasing awareness of the target audience. In this study it can be concluded that the impact of Marketing Public Relations carried out by Vlowy.Id is considered to have succeeded in carrying out the right strategy.*

*Keyword : Public Relations Marketing, Brand Awareness.*

# RINGKESAN

Tesis ieu dijudulan Stratégi Hubungan Masyarakat Publik dina Ngawangun Vlowy. Kasadaran Merk I (Studi Kasus Lokal Brand Vlowy. Kegiatan Hubungan Publik Marketing). Panilitian ieu dimaksudkeun pikeun nganalisis naha kagiatan Hubungan Publik Marketing (MPR) anu dilakukeun ku Vlowy. Kuring ngagaduhan pangaruh kana kasadaran ka target audién, dimana ieu dilakukeun pikeun nyanghareupan persaingan anu cukup ketat sareng merek lokal anu sanés. Panilitian ieu dilakukeun pikeun pamirsa target Vlowy.Id, nyaéta palanggan sareng pengikut anu parantos nuturkeun pamekaran mérek Vlowy.Id lokal.

Dina padika panilitian, panaliti ngagunakeun paradigma konstruktivisme, dimana panalungtik ngalaksanakeun panilitian sareng Marketing Public Relation dina ngarékonstruksikeun réalitas anu aya. Pendekatan anu digunakeun nyaéta metode panilitian deskriptif kualitatif kalayan ngumpulkeun data ngalangkungan wawancara anu jero, niténan langsung sareng ogé ku ngayakeun studi pustaka.

Hasil tina panilitian ieu ditujukeun pikeun milarian terang kumaha strategi Hubungan Publik Marketing anu dilakukeun ku Vlowy. Abdi dina ngawangun kasadaran mérek. Panilitian ieu ngagunakeun tiori Strategi Hubungan Publik Marketing ti Thomas L. Harris, dimana panggunaan stratégi sareng téhnik Hubungan Masyarakat (PR) pikeun ngahontal tujuan pamasaran. Tujuan Marketing Public Relation (MPR) nyaéta pikeun meunangkeun kasadaran, ngarangsang penjualan, ngagampangkeun komunikasi sareng ngawangun hubungan antara konsumén, perusahaan sareng mérek produkna. Fungsi utama Marketing Public Relation (MPR) nyaéta pikeun komunikasi inpormasi anu dipercaya, nyayogikeun sponsor acara anu cocog sareng ngadukung kagiatan sosial anu nguntungkeun masarakat).

Tina hasil analisis data nunjukkeun yén Vlowy. Abdi dianggap suksés dina ningkatkeun kasadaran pemirsa target. Dina panilitian ieu tiasa dicindekkeun yén pangaruh Hubungan Publik Pemasaran anu dilakukeun ku Moja.Officialy dianggap suksés ngalaksanakeun stratégi anu pas.