## Abstract

The research entitled “PUBLIC RELATION MARKETING STATEGY CV. BHINNEKA STORE KARAWANG IN THE NEW NORMAL ERA” This study

focuses on the marketing communication strategy of public relations at CV. Bhinneka Store Karawang. To find out how the advertising strategy, public relations strategy, event sponsorship strategy, sales promotion strategy, and personal selling strategy.

The research method used by the author in this study is a qualitative research method. In this study, the data collection technique used was a field study, namely field observations and in-depth interviews. And the selection of informants is done through the observation process.

Based on the results of the research obtained, that the advertising strategy used by Bhinneka Store Karawang uses social media because of increasingly advanced technological developments, it cannot be denied that social media is the main platform for promotion/advertising.

Bhinneka store also uses a public relations strategy while maintaining a positive company image to establish good relationships with other parties and can provide what consumers need.

Regarding the sponsorship event strategy, Bhinneka Store Karawang does not do sponsorship events. This is because the location of the Bhinneka Store Karawang is considered less strategic.

The sales promotion strategy is carried out by Bhinneka Store Karawang quite effectively, namely providing discounts or promos for every purchase to consumers without a minimum purchase. In addition, in the personal selling strategy, the employees of this diverse store always ask about what is lacking in the products they sell and will always fix these deficiencies.

The thing that can be obtained from this research is that Bhinneka Store Karawang does not fully carry out Marketing Public Relations Strategy activities in accordance with these 5 points. Input from the author that can be conveyed based on the research that researchers have done so far is so that Bhinneka Store Karawang can be more effective in the marketing strategy used.

## Abstrak

Penelitian dengan judul “**STATEGI MARKETING KOMUNIKASI PUBLIC RELATION CV. BHINNEKA STORE KARAWANG PADA ERA**

**NEW NORMAL**” Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pemasaran public relations pada CV. Bhinneka Store Karawang. Untuk mengetahui bagaimana strategi *advertising*, strategi *public relations*, strategi *event sponsorship*, strategi *sales promotion*, dan strategi *personal selling*.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan yaitu *observasi* lapangan dan wawancara mendalam. Dan pemilihan informan dilakukan memalui proses pengamatan.

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang diperoleh, bahwa strategi advertising yang digunakan oleh bhinneka store karawang menggunakan media sosial karena perkembangan teknologi yang semakin maju tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial menjadi platform utama untuk sarana promosi/periklanan.

Bhinneka store juga menggunakan strategi *public relations* dengan tetap menjaga citra positif perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak lain dan dapat memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Mengenai strategi *event sponsorship*, Bhinneka Store Karawang tidak melakukan event sponsorship. Hal ini dikarenakan Lokasi Bhinneka Store Karawang yang dinilai kurang strategis.

Strategi sales promotion dilakukan oleh bhinneka store karawang dengan cukup efektif yaitu memberikan diskon atau promo setiap pembelanjaan kepada konsumen tanpa minimal pembelian. Selain itu dalam strategi personal selling karyawan bhinneka store ini selalu menyanyakan perihal apa saja yang kurang dari produk yang mereka jual dan akan selalu memperrbaiki kekurangan tersebut.

Hal yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu Bhinneka Store Karawang tidak sepenuhnya melakukan kegiatan Strategi *Marketing Public Relations* sesuai dengan 5 point tersebut. Masukan dari penulis yang dapat disampaikan berdasarkan penelitian yang selama ini peneliti lakukan adalah agar Bhinneka Store Karawang bisa lebih efektif dalam strategi marketing yang digunakan.

## Abstrak

Ieu panalungtikan dijudulan “**STRATEGI PEMASARAN HUBUNGAN PUBLIK CV. TOKO BHINNEKA KARAWANG DI ERA NEW NORMAL**”

Ulikan ieu museur kana strategi komunikasi pemasaran PR di CV. Toko Bhinneka Karawang. Pikeun milarian kumaha strategi iklan, strategi humas, strategi *sponsor* acara, strategi promosi penjualan, sareng strategi penjualan pribadi.

Métode panalungtikan anu digunakeun ku pangarang dina ieu panalungtikan nya éta métode panalungtikan kualitatif. Dina ieu panalungtikan, téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta studi lapangan, observasi lapangan, jeung wawancara mendalam. Jeung pamilihan informan dilakukeun ngaliwatan prosés observasi.

Dumasar kana hasil panalungtikan, stratégi iklan anu digunakeun ku Bhinneka Store Karawang nyaéta ngagunakeun média sosial alatan kamajuan téhnologis beuki ngaronjat, teu bisa dipungkir yén média sosial mangrupa platform utama pikeun promosi/iklan.

Toko Bhinneka ogé ngagunakeun strategi humas bari ngajaga citra perusahaan anu positip pikeun ngawangun hubungan anu langkung saé sareng anu sanés sareng tiasa nyayogikeun naon anu diperyogikeun ku konsumen.

Ngeunaan strategi acara sponsorship, Bhinneka Store Karawang henteu ngalakukeun acara sponsorship. Hal ieu lantaran lokasi Toko Bhinneka Karawang dianggap kurang strategis.

Stratégi promosi penjualan anu dilaksanakeun ku Bhinneka Store Karawang téh cukup éféktif, nya éta méré diskon atawa promosi pikeun satiap beuli ka konsumén tanpa minimum beuli. Salaku tambahan, dina strategi penjualan pribadi, rupa-rupa karyawan toko ieu sok naroskeun ngeunaan kakurangan produk anu dijual sareng bakal salawasna ngalereskeun kakurangan ieu.

Hal anu bisa dimeunangkeun tina ieu panalungtikan nya éta Bhinneka Store Karawang tacan sagemblengna ngalaksanakeun kagiatan Stratégi Humas Pemasaran luyu jeung 5 poin ieu. Input ti pangarang anu bisa ditepikeun dumasar kana panalungtikan anu geus dilaksanakeun ku panalungtik sajauh ieu nya éta sangkan Bhinneka Store Karawang leuwih éféktif dina stratégi pamasaran anu digunakeun.