

## ABSTRAK

Karina Dwi Lestari (01045180050)

### **IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM PELUNCURAN MODENA MARVEL SERIES DALAM MEMBANGIN BRAND IMAGE**

(XII – 69 halaman : 13 gambar; 13 tabel: 3 lampiran)

Ketatnya persaingan dalam penjualan produk rumah tangga berdampak kepada strategi perusahaan untuk melakukan upaya membangun citra produknya. Penelitian ini menerapkan teori *Marketing Public Relations* sebagai acuan tujuan penelitian mengetahui secara mendalam aktivitas apa saja yang digunakan pada strategi kehumasan pemasaran peluncuran produk terbaru untuk membangun citra merek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Objek penelitian ini adalah Modena Indonesia. Data didapatkan dengan metode wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Sedangkan untuk teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian mendapatkan bahwa Modena telah menggunakan ketiga strategi marketing public relations *push*, *pull* dan *pass* dalam meluncurkan produk terbaru Modena Marvel Series. Ketiga strategi ini juga berdampak baik untuk membangun *brand image* baru yang diinginkan oleh merek.

Kata Kunci: Pemasaran Kehumasan, Citra merek

Referensi: 18 referensi (1990-2021)

## **ABSTRACT**

Karina Dwi Lestari (01045180050)

### **IMPLEMENTATION OF MARKETING PUBLIC RELATION STRATEGY FOR THE LAUNCH OF MODENA MARVEL SERIES TO BUILD BRAND IMAGE**

(XII – 69 pages: 13 images: 13 table: 3 attachment)

The tight competition in selling household products has an impact on the company's strategy to make more efforts to build the image of its products. This study applies the theory of Marketing Public Relations as a reference for the purpose of research to find out in depth what activities are used in the marketing public relation strategy for the latest product launches to build brand image.

This study uses a descriptive qualitative approach with a case study method. The object of this research is Modena Indonesia. Data obtained by interview, observation and literature study. As for the data validity technique using source triangulation.

The results of the study found that Modena had used the three marketing public relations strategies of push, pull and pass in launching the latest Modena Marvel Series products. These three strategies also have a good impact on building a new brand image that the brand wants.

**Keywords:** Marketing Public Relations, Brand Image

**Reference:** 18 references (1990-2021)