

# STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS MELALUI SOCIAL MEDIA (FACEBOOK DAN TWITTER) DALAM MENGELOLA CITRA POSITIF PT MNCPICTURE

<sup>1</sup>Putri Dwi Rahmadani, <sup>2</sup>Ikbal Rachmat, S.T,  
M.T<sup>1,2</sup>Universitas Esa Unggul, Jakarta  
putridwira96@gmail.com

## Abstract

*This research was conducted to determine the public relations strategy in managing a positive image at PT MNC. Companies are required to implement marketing strategies to deal with competitors that are tailored to the needs of the community. This is in accordance with the nature of marketing (marketing) itself, namely interpreting and responding to human and social needs. At the same time it is also in accordance with the main idea of marketing, namely understanding the needs of consumers and developing an assumption to offer superior value (more). It can be concluded that marketing public relations is a social process or organizational function in business activities that aims to channel or distribute goods in order to satisfy consumer needs. The purpose of marketing public relations is to know and understand the customer in such a way that the product fits him and can sell itself, ideally marketing public relations makes the customer ready to buy so that all that remains is how to make the product available. The method in this research is descriptive qualitative research, and the data collection technique used is interview.*

**Keywords:** *Public relations Strategy, Positive Image, MNC Picture.*

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi Public relations dalam mengelola Citra Positif DI PT MNC. Perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran untuk menghadapi para pesaing yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini sesuai dengan hakikat marketing (pemasaran) sendiri yaitu menginterpretasikan dan merespon kebutuhan manusia dan sosial. Sekaligus sesuai juga dengan gagasan utama pemasaran yaitu memahami kebutuhan para konsumen dan mengembangkan sebuah asumsi untuk menawarkan nilai yang superior (lebih). Dapat disimpulkan bahwa *Marketing Public Relations* adalah suatu proses sosial atau fungsi organisasi dalam kegiatan bisnis yang bertujuan untuk menyalurkan atau mendistribusikan barang-barang dalam rangka memuaskan kebutuhan konsumen. Tujuan *Marketing Public Relations* adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya, idealnya *Marketing Public Relations* menyebabkan pelanggan siap membeli sehingga yang tinggal hanyalah bagaimana membuat produknya tersedia. Metode dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Kualitatif yang bersifat Deskriptif, serta teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara.

**Kata Kunci:** Strategi Public Relations, Citra Positif, Social Media, MNC Picture