

ABSTRAK

Nama / NIM : Shucy Rahmadhani / 2013-52-161
Judul : Strategi *Marketing Public Relations* TRANS7 Dalam Meningkatkan Publikasi Program MotoGP Sebagai Program Unggulan
Jumlah Halaman : 115 halaman ; 7 lampiran
Kata Kunci : Strategi, *Marketing Public Relations*
Daftar Pustaka : 13 Judul 2002 - 2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Marketing Public Relations* TRANS7 dalam meningkatkan publikasi pada program MotoGP sebagai program unggulan. Penelitian ini juga mengetahui bentuk dan proses kegiatan dari strategi *marketing public relations* yang digunakan oleh TRANS7 terhadap program MotoGP tersebut.

Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini seperti *public relations*, strategi *marketing public relations*, *special event* ,dan *publicity*. Hasil yang didapatkan dari penelitian diantaranya memberikan gambaran mengenai fungsi atau peran *Marketing Public Relations* di TRANS7 terhadap program MotoGP. Berdasarkan penelitian ini dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa strategi *marketing public relations* yang digunakan pada program MotoGP yaitu melalui *Event Off Air* dengan kegiatan “*Roadshow* Nonton Bareng MotoGP” setiap tahunnya dan *Publishing* melalui *Social Media*, Media Non-TV dan ATL & BTL. Tujuan dari dilakukannya beberapa strategi *marketing public relations* tersebut terhadap program MotoGp adalah untuk meningkatkan *awarness* khalayak kepada program MotoGp dan TRANS7. Walaupun strategi tersebut sudah dijalankan bertahun-tahun pada prosesnya masih tetap ada kekurangan maupun hambatan dan proses evaluasi yang belum dapat ditanggulangi secara tepat.