

Id : **16226**

Call Number : **659.2 WIJ k**

Judul : **Kegiatan Marketing Public Relations Dalam Membentuk Citra Perusahaan Pada PT. Millenium Pharmacon International, Tbk. /Martinus Wijaya**

Pengarang : **Wijaya Martinus**

Nim : **915069009**

Kota : **Jakarta**

Tahun Terbit : **2011**

Deskripsi Fisik : **xix + 70 hlm, 2011, Tabel 37, Gambar 3, Lampiran 14**

Pembimbing : **1.Drs. Gufroni Sakaril, MM**

Bidang : **1.IlmU Komunikasi**

Subjek : **1.Public relations**

Abstrak : **Latar belakang penelitian ini adalah peneliti merasakan bahwa pada zaman sekarang fungsi pemasaran secara keseluruhan dengan fungsi public relations yaitu brand building dan corporate image serta membangun relasi dengan media iklan, yang kemudia dikenal dengan Marketing Public Relations. Peneliti ingin membahas mengenai kegiatan marketing public relations yang dilakukan PT Millenium Pharmacon International, Tbk. Meskipun terjadi pemisahan antara fungsi marketing dan fungsi public relations pada kenyataannya dilapangan ternyata yang efektif adalah kegiatan marketing public relations sehingga peneliti tertarik untuk meihat hal ini. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa Kegiatan marketing public relations dalam membentuk citra perusahaan pada PT.Millenium Pharmacon International, Tbk. Peniliti memasukan beberapa teori dari public relations, marketing public relations, dan citra. Teori yang dipakai berupa definisi-definisi dari public relations, marketing public relations, fungsi dan sasarannya serta indicator-indikator dari marketing public relations Untuk mengetahui seberapa efektivitasnya peneliti memakai penelitian yang bersifat kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada pelanggan dari PT Millenium Pharmacon International, Tbk. Peneliti mengambil 70 pelanggan dari 229 pelanggan yang ada di jakarta yang didapatkan hasil perhitungan rumus, dengan harpan bisa mengetahui pandangan masyarakat mengenai kinerja marketing public relations yang pada akhirnya**

mengetahui seberapa kegiatan untuk citra perusahaan tersebut. Peneliti menggunakan skala likert. Hasil dari penyebaran kuisisioner yang dilihat dari skala likert maka hasil yang didapatkan adalah efektif baik dari kegiatan marketing public relations, citra yang terbentuk, ataupun pengabungan antara ke duanya (marketing public relations dengan citra) Kata kunci : Kegiatan Marketing Public Relations, Citra.