

# Kampanye Coca-Cola share a Coke 2.0 : usaha mempertahankan citra Coca-Cola melalui marketing public relations = Coca-Cola campaign share a Coke 2.0 : a strategy to maintain the image of Coca-Cola through marketing public relations

Syahnaz Savitri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446859&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Kegiatan Marketing Public Relations MPR merupakan program atau usaha yang dilakukan untuk meningkatkan, mempertahankan, atau menjaga penjualan atau citra sebuah produk dengan cara mendorong perantara, seperti media massa tradisional, media elektronik, atau individu untuk secara sukarela menyampaikan pesan mengenai produk atau perusahaan kepada khalayaknya. Pesan ini berisi informasi yang kredibel mengenai kesan-kesan positif yang dapat menghubungkan perusahaan atau produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta perhatian pelanggan. Salah satu contoh kegiatan MPR adalah kampanye "Share a Coke" yang dilakukan oleh Coca-Cola dan telah dilaksanakan di Indonesia pada tahun 2015 lalu. Tetapi, eksistensi Coca-Cola mulai terancam dengan kehadiran produk saingan seperti contohnya Big Cola. Karena itu, perlu dilakukan upaya demi mempertahankan citra Coca-Cola sebagai produk minuman bersoda terbaik di Indonesia. Salah satu caranya adalah dengan membuat sebuah program marketing public relations. Agar pelaksanaan program MPR dapat berjalan dengan baik, perlu digunakan beberapa strategi, diantaranya; melakukan kegiatan Consumer Generated Marketing, menggunakan brand ambassador dan konektor dalam kegiatan pemasaran program tersebut. Perkembangan media sosial juga menjadi pendukung berjalannya program MPR dengan baik.

**ABSTRACT**

Marketing Public Relations is any program or effort designed to improve, maintain, or protect the sales or image of a product by encouraging intermediaries, such as traditional mass media, the electronic media, or individuals, to voluntarily pass a message about the firm or product to their audience. This message contains credible information about the positive impressions that can connect a company or product in accordance with the needs, desires and customer attention. As an example of MPR activities, a campaign titled "Share a Coke" was conducted by Coca Cola company, which was held in Indonesia in 2015. However, the popularity of Coca Cola is still threatened by the presence of competitor products, for example, Big Cola. Therefore, there is an urgency for the Coca Cola company to sustain their image as the best carbonated beverage in Indonesia. As an attempt to achieve that is by making a marketing public relations program. In order for the MPR program to do well, it is necessary to use strategies, the strategies are consumer generated marketing activities, brand ambassador usage, and connectors usage in marketing activities of the program. The development of social media also supports the implementation of the program.