

Strategi marketing public relations pada PT. Sasa Inti dalam meningkatkan brand image Sasa MSG di kalangan ibu rumah tangga muda (studi kasus terhadap kampanye "Micin Social Gang") = Public Relations Marketing Strategy at PT. Sasa Inti in Enhancing Sasa MSG Brand Image Among Young Housewives (Case Study of the "Micin Social Gang" Campaign)

Talula Azizah Afliansa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511335&lokasi=lokal>

Abstrak

Hadirnya stigma negatif terkait sebuah produk perusahaan di masyarakat merupakan hal yang perlu untuk diperbaiki. Perusahaan harus selalu siap dan sedia untuk menciptakan solusi untuk mematahkan stigma negatif tersebut. PT. Sasa Inti meluncurkan Kampanye Generasi Micin atau "Micin Social Gang" yang merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran kehumasan dalam meningkatkan citra merek Sasa sebagai pionir MSG di Indonesia. Tulisan ini akan menganalisis strategi pemasaran kehumasan yang dilakukan PT. Sasa Inti dalam mematahkan stigma negatif yang melekat pada merek Sasa MSG. Hasil analisis dari tulisan ini menyatakan bahwa PT. Sasa Inti melakukan strategi pemasaran kehumasan seperti push, pull dan pass dengan berbagai kegiatan seperti publikasi, iklan, event, partnership, sponsorship, dan public service activity. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran kehumasan ini memiliki peran besar dalam meningkatkan citra merek Sasa MSG di kalangan generasi milenial khususnya ibu rumah tangga muda.

.....The presence of a negative stigma related to a company's product in society is something that needs to be fixed. Companies must always be ready and available to find a solution to break the negative stigma. PT. Sasa Inti launched the "Micin Social Gang" Campaign, which is a form of marketing public relations strategy in enhancing Sasa's brand image as a pioneer of MSG in Indonesia. This study will analyze the marketing public relations strategy carried out by PT. Sasa Inti in breaking the negative stigma attached to the Sasa MSG brand. The result of this study states that PT. Sasa Inti carries out marketing public relations strategies such as push, pull, and pass with various activities such as publications, advertisements, events, partnerships, sponsorship, and public service activities. In conclusion, marketing public relations strategy has a big role in increasing the brand image of Sasa MSG among the millennial generation, especially young housewives.