

Nama : Lulu Asfiyatun

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul :Strategi *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan PT. Bakrie Telecom, Tbk (Implementasi *Event* Mudik Gratis Esia Tahun 2014 bagi Pelanggan Esia)

ABSTRAK

Dalam penelitian tugas akhir ini penulis ingin menggambarkan tentang strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh divisi *customer lifecycle management* Esia, PT Bakrie Telecom, Tbk berupa pengadaan *special event* yaitu Mudik Gratis Esia Tahun 2014 bagi pelanggan esia dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Strategi MPR itu sendiri merupakan komponen ilmu komunikasi yang penting untuk dirancang sebagai bentuk dalam meraih minat beli sekaligus kepuasan konsumen. Dalam *special event* yang diadakan oleh Esia, PT Bakrie Telecom, Tbk berupa mudik gratis esia ini dapat dianalisis melalui konsep 5W+1H. Dari konsep ini dibedahlah latar belakang, perencanaan dan proses yang diadakan pada *event* ini. Dari *event* ini ditelaah pula bagaimana *event* ini mampu mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Terkait dengan pelaksanaan *event* Mudik Gratis Esia pada tahun 2014 ini ternyata mampu mempertahankan loyalitas pelanggan esia yang mengikuti *event* Mudik Gratis Esia. Adanya hasil tersebut disebabkan beberapa faktor yang mampu mempengaruhinya, diantaranya yaitu dengan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan kepada perusahaan mengakibatkan kepuasan pelanggan yang positif terhadap esia khususnya dari peserta mudik gratis esia sehingga mampu mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, peneliti melakukan pengambilan data dengan wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *marketing public relations* melalui *special event* Mudik Gratis Esia tahun 2014 mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *marketing public relations, special event, mudik gratis esia, loyalitas pelanggan.*

Name : *Lulu Asfiyatun*

Course Study : *Communication*

Research Title : *Strategy of Marketing Public Relations in maintaining customer loyalty PT. Bakrie Telecom, Tbk (Implementation of Event Mudik Gratis Esia 2014 for customers)*

ABSTRACT

In this research the author wants to describe the strategy of marketing public relations that to be conducted by the division Esia, that is Customer Lifecycle Management, PT Bakrie Telecom, Tbk that make special event, Mudik Gratis Esia 2014 for customers in maintaining customer loyalty. MPR strategy itself is an important component of science communication to be designed as a form of buying interest in achieving customer satisfaction at the same time. In a special event held by Esia, PT Bakrie Telecom, Tbk in the form of Mudik Gratis Esia can be analyzed through the concept of 5W + 1H. From this concept describe about background, planning and process held in this event. From this event also explored how the event is able to demonstrate about maintaining customer loyalty. Homecoming events associated with the implementation of Mudik Gratis Esia in 2014 it was able to maintain customer loyalty of Esia even found an increase in customer loyalty. The existence of these results due to several factors capable of affecting, among which with good quality services provided to the company resulted in positive customer satisfaction to Esia especially from participants of Mudik Gratis Esia. By using this type of qualitative descriptive study, researchers conducted in-depth data collection by interview, documentation and observation. The results showed that the strategy of marketing public relations conducted by Esia be holding special events of Mudik Gratis Esia in 2014 able to maintain and increase customer loyalty.

Key Words : *marketing public relations, special event, mudik gratis esia, consumer loyalty*