

**MANAJEMEN PUBLIC RELATION PT ZHI SHENG INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SMARTPHONE VIVO DI
YOGYAKARTA**

GALUH PUJI ASTUTI

e-mail : galuh.gpa63@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRAK

Banyak bisnis mengenali PR sebagai alat strategis untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen PR PT Zhi Sheng Indonesia dalam meningkatkan penjualan smartphone vivo di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta teknik analisa data yang digunakan adalah kualitatif. Pada akhirnya, pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi teknik. Serta peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk menggali kebenaran informasi dengan mengumpulkan dan memverifikasi data yang diperoleh dari karyawan bagian manajemen PR. Subjek penelitian dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling dan teknik *snowball* sampling. Penelitian ini menggunakan teori yang telah disampaikan oleh Cutlip, Center, dan Broom teori empat langkah proses PR. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa (1) Analisis situasi, tim manajemen PR menemukan faktor turunya penjualan yaitu kurangnya SDM dan promosi yang terbatas (2) Strategi, tim manajemen PR melakukan rekrutmen SDM dan promosi untuk menaikkan penjualan yaitu promosi di media sosial, fliyering dan kerjasama dengan instansi. (3) Penerapan, perekrutan SDM dan promosi melalui media sosial, bekerjasama dengan instansi dan fliyering. (4) Penilaian, bekerjasama dalam proses perekrutan SDM serta konsisten dalam melakukan promosi.

Kata Kunci : Manajemen Public Relation, Strategi, Promosi, Penjualan

**MANAJEMEN PUBLIC RELATION PT ZHI SHENG INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SMARTPHONE VIVO DI
YOGYAKARTA**

GALUH PUJI ASTUTI

e-mail : galuh.gpa63@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRACT

Many businesses recognize PR as a strategic tool for increasing sales. This study aims to determine the PR management of PT Zhi Sheng Indonesia in increasing Vivo smartphone sales in Yogyakarta. The research method used is descriptive. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation. As well as the data analysis technique used is qualitative. In the end, checking the validity of the data used is technical triangulation. As well as researchers using source triangulation to dig up the truth of the information by collecting and verifying data obtained from employees in the PR management section. Research subjects in this study were selected using purposive sampling techniques and snowball sampling techniques. This study uses the theory that has been presented by Cutlip, Center, and Broom the four-step theory of the PR process. Based on the results of the research, it shows that (1) Situation analysis, the PR management team found a factor in the decline in sales, namely a lack of human resources and limited promotion (2) Strategy, the PR management team recruited human resources and promotions to increase sales, namely promotions on social media, flyering and cooperation with agencies. (3) Implementation, HR recruitment and promotion through social media, in collaboration with agencies and flyering. (4) Assessment, cooperate in the HR recruitment process and be consistent in carrying out promotions.

Keywords: Public Relations Management, Strategy, Promotion, Sale