

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang analisis *marketing public relations* pada Zura Kacamata untuk meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan dengan pengumpulan data observasi, wawancara sekaligus dokumentasi ini dapat memberikan penjelasan beserta alasan terkait strategi-strategi yang digunakan Zura dalam meningkatkan penjualannya. Hasil dari penelitian ini Zura Kacamata menggunakan *three ways strategy* (Thomas L. Harris 1991), dimana terdapat *pass, push dan pull*. Ketiga strategi ini diterapkan di strategi online maupun offline dengan memberikan pelayanan yang terbaik, menarik dan dapat menciptakan opini publik yang positif, menciptakan nilai-nilai atau kepuasan dari customer yang sudah pernah melakukan pembelian serta menciptakan kembali komunikasi dua arah untuk mengetahui kesan-kesan positif yang diberikan oleh customer ke Zura Kacamata. Beberapa hasil dari penelitian ini Zura Kacamata pernah mengikuti beberapa kegiatan sosial membagikan kacamata ke anak yatim-piatu, membagikan kacamata kids ke acara sosial dan turut aktif dalam memagiakn konten-konten menarik di media sosial untuk disaksikan oleh customer. Selain itu, Zura mengikuti event JFW (Jogja Fashion Week) 2022 yang mendukung adanya pengaruh customer untuk memberikan opini publik, memberikan kepuasan setelah melakukan pembelian dan memberikan kesan-kesan positif bagi Zura Kacamata. Namun demikian, dari banyaknya media sosial yang dimiliki Zura Kacamata ini hanya Instagram dan Whatsapp yang masih aktif hingga saat ini, akan tetapi tidak semua fitur-fitur digunakan untuk mempromosikan Zura dalam strategi online.

Kata kunci : marketing public relations, three ways strategy, meningkatkan penjualan

ABSTRACT

This research aims to find out about marketing public relations analysis at Zura Kacamata to increase sales. By using descriptive qualitative research and collecting observational data, interviews and documentation can provide explanations and reasons regarding the strategies used by Zura to increase its sales. The results of this research are that Zura Kacamata uses a three ways strategy (Thomas L. Harris 1991), where there is pass, push and pull. These three strategies are applied in online and offline strategies by providing the best, attractive service and can create positive public opinion, create values or satisfaction from customers who have made purchases and recreate two-way communication to find out positive impressions. given by the customer to Zura Kacamata. Some of the results from this research are that Zura Kacamata has participated in several social activities, distributing glasses to orphans, distributing glasses to children at social events and actively participating in promoting interesting content on social media for customers to see. Apart from that, Zura took part in the JFW (Jogja Fashion Week) 2022 event which supports the influence of customers in providing public opinion, providing satisfaction after making a purchase and providing positive impressions for Zura Kacamata. However, of the many social media owned by Zura Kacamata, only Instagram and Whatsapp are still active today, but not all features are used to promote Zura in online strategies.

Keywords : marketing public relations, three ways strategy, increasing sales