

MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM PROSES BRANDING SKE
(Studi Deskriptif Kualitatif *Marketing Public Relations* dalam Proses
Branding pada Wisata Edukasi SKE (Sindu Kusuma *Edupark*) Periode Juni -
November 2018)

ABSTRAK

Marketing *Public Relations* (MPR) merupakan proses dari suatu rencana serta evaluasi program, yang mana hal itu sebagai alat untuk merangsang penjualan atau mempersuasi target sasaran. Kegiatan Marketing *Public Relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* SKE bertitik tumpu dalam proses branding SKE. Ini menjadi landasan bagi SKE yang bertujuan secara laten untuk kemajuan atau pengembangan tempat wisata SKE. Kegiatan Marketing *Public Relations* yang dilakukan oleh SKE ini menuntun pada program-program yang dilakukan, seperti pemasaran sosial. Bagaimana Marketing *Public Relations* dalam Proses Branding pada Wisata Edukasi SKE (Sindu Kusuma *Edupark*) ? Pertanyaan tersebut menjadi dasar dalam tulisan ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan subyek branding SKE dan Obyeknya menuntun pada Marketing *Public Relations*. Teori yang digunakan untuk membentuk sebuah kerangka pemikiran serta landasan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi humas serta teori marketing *Public Relations* dan sosial marketing. Dua pokok dalam pembahasan ini, yaitu: (1) MPR sebagai proses branding, (2) MPR sebagai pembentukan citra.

Kata Kunci: Marketing, *Public Relations*, Branding SKE, Pariwisata

MARKETING PUBLIC RELATIONS IN THE SKE BRANDING PROCESS
(Qualitative Descriptive Study of Marketing Public Relations in the Branding Process of SKE Educational Tourism (Sindu Kusuma Edupark) Period June - November 2018)

ABSTRACT

Public Relations Marketing is the process of a plan and program evaluation, which is a tool to stimulate sales or persuade the target. Marketing Public Relations activities carried out by SKE Public Relations are focused on the SKE branding process. This is the basis for SKE that aims latently for the progress or development of SKE tourist attractions. The Marketing Public Relations activities carried out by SKE lead to programs carried out, such as social marketing. How is Marketing Public Relations in the Branding Process on SKE Education Tourism (Sindu Kusuma Edupark)? This question is the basis of this paper. This study uses a qualitative research method with the subject of SKE branding and its object leads to Public Relations Marketing. The theory used to form a framework of thought and foundation in this study is the theory of public relations communication and marketing theory of Public Relations and social marketing. Two points in this discussion, namely: (1) MPR as a branding process, (2) MPR as image formation.

Keywords: *Marketing, Public Relations, SKE Branding, Tourism*