

## ABSTRAK

### **Dini Resita Angraeni, 2016071002, Strategi Marketing Public Relations TRANS 7 pada Event Off Air Roadshow Nonton Bareng MotoGP 2019**

Di tengah perkembangan industri media masa yang terjadi, program-program televisi yang ditayangkan secara *on air* maupun *off air* dirasa kurang untuk menjadi bahan persaingan antara televisi satu dengan televisi lainnya. Penyelenggaraan *event off air* menjadi salah satu kegiatan yang mampu dijadikan bahan persaingan. Dalam penyelenggaraannya sebuah *event* juga diperlukan penerapan strategi yang baik dan tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *marketing public relations* yang dilakukan Trans 7 pada *event off air* Roadshow Nonton Bareng MotoGP 2019. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menyelenggarakan *event off air* Roadshow Nonton Bareng MotoGP 2019, Trans 7 menerapkan *three ways strategy* yaitu mempromosikan dan mempublikasikan acara lewat media massa dan media sosial, melakukan penjualan iklan, dan menyelenggarakan kegiatan yang melibatkan masyarakat guna membentuk kesan positif dimasyarakat. Trans 7 juga menggunakan analisis terhadap strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dalam menyelenggarakan *event*.

**Kata kunci:** Strategi, Televisi, *Marketing Public Relations*, *Event Off Air*.

## ABSTRACT

**Dini Resita Angraeni, 2016071002, TRANS 7 Marketing Public Relations Strategy at Off Air Roadshow Event Nonton Bareng MotoGP 2019**

*The mass media industry's development has caused on-air or off-air television programs to become less of a competition between televisions. Organizing off-air events is one of the activities for competition. In organizing an event, it also requires the implementation of a good and appropriate strategy. This study aimed to determine the marketing public relations strategy carried out by Trans 7 at the off-air Roadshow event of Nonton Bareng MotoGP 2019. This study used a descriptive research method with a qualitative approach. Data collection techniques used interviews, observation, and documentation. The results show that in organizing the off-air Roadshow event of Nonton Bareng MotoGP 2019, Trans 7 applied three strategies: promoting and publishing through mass media and social media, advertisements, and organizing activities with the community to form a positive image. Trans 7 also uses strategy analysis, namely planning, implementing, and evaluating in organizing events.*

**Keywords: Strategy, Television, Marketing Public Relations, Off-Air Events.**



PUSAT PELAYANAN DAN  
PENGEMBANGAN BAHASA