

ABSTRAK

Clara Adviana Puspitawati, 2014071002, 2018, “Strategi Marketing Public Relations Solo Radio FM Dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Event Off Air Happy Weekend”

Terjadinya persaingan media tersebut menuntut adanya strategi yang sebaiknya dirumuskan dan dijalankan oleh perusahaan media Solo Radio FM, sehingga dapat mengembangkan dan memperluas segmentasi pendengarnya. Solo Radio FM merupakan salah satu media radio di kota Surakarta dengan target pendengar anak muda. Maka untuk dapat meningkatkan segmentasi target pendengar, salah satu cara yang dilakukan Solo Radio FM adalah melalui strategi *Marketing Public Relations*.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan mengenai strategi *Marketing Public Relations* yang digunakan Solo Radio dalam meningkatkan *brand awareness* melalui *event off air Happy Weekend*. Upaya mendapatkan hasil yang objektif dan representatif dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif analisis melalui pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan Public Relations Solo Radio FM selaku perencana dalam pelaksana strategi *Marketing Public Relations* dalam meningkatkan *brand awareness* serta didukung sumber data lain seperti General Manager, Bussiness Development Dept., dan Program Director.

Hasil yang dicapai dari penelitian ini menunjukkan bahwa Solo Radio FM telah menerapkan Strategi *Marketing Public Relations* dengan beberapa konsep, yaitu konsep *mega marketing* yang terdiri dari *place, price, promotion, product, power dan public relations*, yang dipadukan dengan konsep strategi *Public Relations* yaitu, penelitian, perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan dan evaluasi. Dua konsep tersebut diwujudkan dalam bentuk sebuah event off air Solo Radio FM yaitu, *Event Happy Weekend*. Dalam event tersebut, diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* Solo Radio FM.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations, Brand Awareness*