

ABSTRAK

ARGA FEBRYAN ARIEF. 150531100067. Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura, Skripsi tentang Strategi Marketing Public Relations He'eh Jek Nganjuk (Studi Deskriptif Dalam Upaya Pembentukan Brand Awareness Pada Masyarakat Lokal Nganjuk). Di bawah bimbingan Imam Sofyan, S, Sos., M, Si.

Penelitian ini berjudul Strategi Marketing Public Relations He'eh Jek Nganjuk (Studi Deskriptif Dalam Upaya Pembentukan Brand Awareness Pada Masyarakat Lokal Nganjuk). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing public relations*, serta proses komunikasi terbentuknya *brand awarness* HEEH JEK pada masyarakat lokal Nganjuk. Sifat penelitian ini adalah kualitatif, dimana peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan *marketing public relations* dari Heeh Jek berjalan cukup baik. Segmentasi dan Pemberian nama yang menunjukkan kearifan lokal terbukti dapat meningkatkan *brand awareness*, hal ini dibuktikan dengan membludaknya pengunduh saat pertama kali Heeh Jek di launching. Hal ini dikarenakan ojek online merupakan suatu hal yang baru di Kabupaten Nganjuk, kemudian diperkuat dengan nama dan slogan yang menggambarkan wilayah Nganjuk. Tentu ini akan membuat masyarakat Nganjuk sadar akan merk tersebut dan akan menimbulkan efek psikologis sehingga terjadinya proses mengingat dalam benak pikiran masyarakat.

Kata Kunci: Public relations, Marketing Public Relations, Heeh Jek

ABSTRACT

ARGA FEBRYAN ARIEF. 150531100067. Study Program of Communication Science Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura, This thesis is about Public Relations Marketing Strategy Heeh Jek Nganjuk (Descriptive Study in an Effort to Form Brand Awareness in Nganjuk Local Communities) Under the guidance of Imam Sofyan, S, Sos., M, Si.

This research is entitled Marketing Strategy of Public Relations He'eh Jek Nganjuk (Descriptive Study in the Efforts to Form Brand Awareness in Local Nganjuk Communities). The purpose of this research is to find out how the marketing strategy of public relations, as well as the communication process of HEEH JEK brand awareness formation in the local community of Nganjuk. The nature of this study is qualitative, where researchers use data collection techniques with in-depth interviews and documentation to obtain information that is used as a source of data in this study.

The results obtained from marketing public relations activities from Heeh Jek went quite well. Segmentation and Giving a name that shows local wisdom is proven to increase brand awareness, this is evidenced by the booming of the downloader when Heeh Jek was first launched. This is because online motorcycle taxi is a new thing in Nganjuk Regency, then it is reinforced with names and slogans that describe the Nganjuk area. Of course this will make the Nganjuk community aware of the brand and will cause psychological effects so that the process of remembering in the minds of the public mind.

Keyword : Public Relations, Marketing Public Relations, Brand Awareenes