

## ABSTRAKSI

**JUDUL** : Kampanye Public Relations untuk Membangun *Brand Positioning* Semarang Eye Center sebagai Pusat Layanan Pengobatan Mata  
**NAMA** : Triliana Kurniasari  
**NIM** : D0C 006 122

---

Kampanye Public Relations merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang dilaksanakan dengan suatu tujuan tertentu. Demikian halnya dengan kampanye yang dilakukan RSI Sultan Agung Semarang memiliki tujuan untuk membangun *brand positioning* Semarang Eye Center (SEC) secara tepat baik dalam persaingan maupun dalam benak khalayaknya.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya persaingan antar rumah sakit mata yang semakin ketat, sehingga dibutuhkan suatu program kehumasan / Public Relations yang dapat mengenalkan SEC pada masyarakat Semarang khususnya dan Jawa Tengah pada umumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan kampanye yang telah dilaksanakan sehingga dapat menanamkan dalam benak khalayak bahwa SEC merupakan pusat layanan pengobatan mata.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, yang menggambarkan suatu situasi proses dan gejala-gejala atau objek tertentu yang sedang diamati (Ruslan, 2003:52), dengan menggunakan metode penelitian observasi dan wawancara mendalam. Penulis mengambil lima narasumber untuk wawancara mendalam. Dalam menganalisis hasil temuan, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif *Filling System* Wimmer & Dominick. Setelah periset merasa data yang terkumpul sudah cukup maka dilakukan analisis. Data hasil observasi akan dianalisis dengan membuat kategori-kategori tertentu atau domain-domain tertentu.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah kampanye Public Relations dilakukan secara bertahap, mulai dari pendefinisian masalah, perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan, hingga evaluasi. Bentuk kegiatan yang digunakan meliputi kegiatan *above the line*, *below the line*, serta *publication on mass media*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kampanye yang dilaksanakan sudah baik karena sudah melalui beberapa tahap yang diperlukan untuk menggalakkan program Public Relations. Namun masih terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menyukkseskan kampanye tersebut antara lain mengenai pelaksanaan riset secara internal, penggiatan kampanye dan penggunaan *tagline* yang merupakan salah satu identitas SEC.

Disahkan oleh  
Dosen Pembimbing,

**Agus Naryoso, S.Sos, M.Si**  
NIP.19750831.200212.1.002