

Abstrak

Strategi Komunikasi *Public Relation* PT. Niaga Nusa Abadi (*Clas Mild*) Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Kota Pekanbaru

**AGUNG PRAYOGI
119110154**

PT. Niaga Nusa Abadi adalah pengembang rokok *clas mild* untuk wilayah Kota Pekanbaru secara khusus dan Provinsi Riau secara umum. PT. Niaga Nusa Abadi dengan rokok andalan dengan merek *clas mild* memegang pasar nomor empat di Kota Pekanbaru setelah PT. Sampoerna, PT. Surya Madistrindo (Gudang Garam) dan PT. Bentoel Prima (PT. Bentoel Internasional Investama). Penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan *public relations* dan untuk mengetahui faktor pendukung serta hambatan *public relations* PT. Niaga Nusa Abadi (*Clas Mild*) dalam meningkatkan jumlah konsumen di Kota Pekanbaru. Pada penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dengan penyajian analisa secara deskriptif. Pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan keikutsertaan dan triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut: 1) Strategi komunikasi yang digunakan *public relations* PT. Niaga Nusa Abadi (*Clas Mild*) dalam meningkatkan jumlah konsumen di kota Pekanbaru dapat diuraikan dalam beberapa tahap yaitu: dengan Analisa dan Riset, Perumusan kebijakan. Perencanaan program untuk memetakan dan menetukan kegiatan dan tindakan yang akan diambil. Pelaksanaan kegiatan komunikasi. Umpam balik merupakan proses penilai sejauh mana kegiatan diterima masyarakat, dan Evaluasi. 2) Faktor pendukung antara lain, kekuatan *brand* atau merek yang telah dikenal dan inovasi dalam promosi. Faktor penghambat adalah regulasi pemerintah, peredaran rokok ilegal, dan keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur.

Kata kunci: Strategi, *Public Relation*, Konsumen

Abstract

Public Relations Communication Strategy PT. Niaga Nusa Abadi (Clas Mild) In Increasing The Number Of Consumers In The City Of Pekanbaru

**AGUNG PRAYOGI
119110154**

PT. Niaga Nusa Abadi is a developer of mild class cigarette for Pekanbaru City in particular and Riau Province in general. PT. Niaga Nusa Abadi with mainstay cigarette brand clas mild holding market share number four in Pekanbaru city after PT. Sampoerna, PT. Surya Madistrindo (Gudang Garam) and PT. Bentoel Prima (PT Bentoel Internasional Investama). This research is to know the communication strategy used by public relations and to know the supporting factor and the obstacles of public relations PT. Niaga Nusa Abadi (Clas Mild) in increasing the number of consumers in Pekanbaru City. In this study used qualitative research methods with the presentation of descriptive analysis. Data collection using interviews, documentation and literature study. To achieve the validity of the data, researchers use the method of participation and Triangulation. Data analysis techniques in this study is data collection, data reduction, data presentation, and draw conclusions. Based on the research that has been done, the results are: 1) Communication strategy used by public relations PT. Niaga Nusa Abadi (Clas Mild) in increasing the number of consumers in the city of Pekanbaru can be described in several stages: with Analysis and Research, Policy formulation. Create a program to map and determine the activities and actions to be taken. Engaging in communication activities. Feedback is the process of elucidation where community-completed activities, and Evaluations. 2) Supporting factors include, the strength of a brand or brand that has been known and innovation in promotion. Inhibiting factors are government regulation, illegal cigarette traffic, and limited human and infrastructure resources.

Keywords: *Strategy, Public Relations, Consumer*