

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* KEDAI KOPI SALLO DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DI MASA PANDEMI

MUHAMMAD SULTHAN ALKAUTSAR

ABSTRAK

Sallo Coffee adalah sebuah kedai kopi yang berada di Jakarta. Menjaga hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang merupakan bagian dari tugas seorang *Public Relations* (PR). Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui strategi *marketing Public Relations Sallo Coffee* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di masa pandemi. Pada masa pandemi, apa yang menjadi tantangan untuk menerapkan strategi *marketing PR* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme yang mana peneliti melakukan penelitian dengan PR agar dapat merekonstruksi realitas yang ada. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa penerapan strategi *marketing PR* pada masa pandemi tidak dapat dilakukan semua sesuai dengan konsep PR yang ada karena keterbatasan aktifitas yang memang harus dijalankan sesuai dengan regulasi pemerintah. Media sosial *Instagram* adalah salah satu media untuk melakukan promosi produk *Sallo Coffee* serta memberikan informasi produk demi menjaga hubungan dengan pelanggan atau *customers relations*. Internet adalah kunci karena situasi kondisi pandemi tidak memungkinkan untuk melakukan banyak kontak fisik seperti yang diharapkan. Dengan adanya promosi di media sosial *Instagram* juga dapat dikatakan efektif sehingga loyalitas pelanggan terjaga di masa pandemi.

Kata kunci : Loyalitas Pelanggan, *Marketing Public Relations*, Strategi.

***PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGY OF KEDAI SALLO COFFEE
IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY IN THE PANDEMIC TIME***

MUHAMMAD SULTHAN ALKAUTSAR

ABSTRACT

Sallo Coffee is a coffee shop located in Jakarta. Maintaining relationships with customers for the long term is part of the job of a Public Relations (PR). In this study, the authors wanted to know the marketing strategy of Sallo Coffee's Public Relations in maintaining customer loyalty during the pandemic. During a pandemic, what is the challenge to implement a PR marketing strategy in maintaining customer loyalty. The paradigm used in this research is the constructivism paradigm in which the researcher conducts research with PR in order to reconstruct the existing reality. The approach used is a qualitative approach with descriptive research through interviews, observation, and documentation. The results of this study are that the implementation of PR marketing strategies during the pandemic cannot be done all according to the existing PR concept because of the limited activities that must be carried out in accordance with government regulations. Social media Instagram is a medium for promoting Sallo Coffee products and providing product information in order to maintain relationships with customers or customers relations. The internet is key as a pandemic situation does not allow for as much physical contact as one might expect. With the promotion on Instagram social media it can also be said to be effective so that customer loyalty is maintained during a pandemic.

Keywords : Customer Loyalty, Strategy Marketing Public Relations.