

**Respon Konsumen PT Semen Gresik (Persero) Tbk Terhadap
Penerapan Kegiatan *Marketing Public Relations* (MPR)
PT Semen Gresik (Persero) Tbk dalam Program
“Kita Sahabat Semen Gresik”**

GUSTI AYU PUTU FERLIANTY
Drs. Yan Yan Cahyana, MA
KKB KK 2 Fis. K. 11/11 Fer r

ABSTRAK

Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana respon konsumen PT Semen Gresik (Persero) Tbk terhadap penerapan kegiatan *Marketing Public Relations* PT Semen Gresik (Persero) Tbk dalam program Kita Sahabat Semen Gresik. Sebagai negara yang terus melakukan pembangunan, semen menjadi sesuatu yang mutlak. Semen adalah komoditas strategis bagi Indonesia terlebih lagi dalam pembangunan infrastruktur yang terus ditingkatkan. Di tengah persaingan antar produsen semen di Indonesia PT Semen Gresik (Persero) Tbk sebagai *market leader* dalam industri semen di Indonesia menerapkan suatu kegiatan MPR dalam menjalin dan mengelola hubungan dengan konsumennya melalui program Kita Sahabat Semen Gresik. Pada dasarnya individu yang diberikan suatu stimuli dapat mempengaruhi organisme dan menghasilkan suatu respon, yang dapat beragam bentuknya tergantung pada karakteristik organisme dan stimulus yang diberikan. Konsumen PT SG yang memiliki latar belakang yang heterogen dapat menghasilkan respon yang bervariasi pula. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi evaluatif. Sasaran penelitian ini adalah bagian komunikasi pemasaran PT SG dan konsumen PT SG yang terlibat dalam program Kita Sahabat Semen Gresik. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in depth interview*). Analisis data dilakukan dengan mengkaitkan pada tinjauan pustaka. Dalam penelitian ini telah diperoleh tiga bentuk respon konsumen Semen Gresik. Pertama adalah respon kognitif, merupakan respon perceptual dan pernyataan mengenai apa yang diyakini. Kedua adalah respon afektif, yaitu suatu bentuk respon syaraf simpatetik dan pernyataan afeksi. Ketiga adalah respon konatif (perilaku atau behavioral), merupakan bentuk respon berupa tindakan dan pernyataan mengenai perilaku.

Keyword : Respon, Konsumen, *Marketing Public Relations*