

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan upaya untuk memahami konsep Marketing Public Relations yang ada dalam perusahaan/ Industri Media khususnya di bidang Industri Media Cetak. Sesuai dengan perkembangan industri media kini, Harian Seputar Indonesia Jawa Timur merupakan industri yang sangat menarik dan sesuai untuk dikupas.

Persaingan yang semakin ketat di dalam Industri Media menuntut adanya upaya yang keras untuk dapat mempertahankan eksistensi perusahaan. Melalui terobosan merangkul berbagai komunitas dan melibatkannya di dalam kegiatan perusahaan adalah hal yang menarik bagi peneliti untuk dikaji lebih jauh. Ada beberapa hal yang menarik di dalam penelitian ini pertama beberapa event/ aktivitas yang dilakukan bersama komunitas dan yang kedua branding yang dilakukan dalam setiap eventnya. Sumber dan data penelitian ini diperoleh melalui narasumber dan data pendukung dari Harian Seputar Indonesia Biro Jatim. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif deskriptif untuk membantu menguraikan permasalahan di dalam penelitian ini.

Kesimpulan yang berhasil dirangkum dalam penelitian ini adalah bahwa *Community events* atau aktivitas komunitas yang dilakukan oleh Harian Seputar Indonesia dinilai dapat meningkatkan Image/ citra positif perusahaan dan merupakan tujuan yang akan selalu diperjuangkan khususnya menggunakan strategi MPR. Disisi lain seiring dengan berkembangnya realita di masyarakat akan akses informasi yang telah menjadi kebutuhan dan gaya hidup, serta tantangan kompetitor yang telah memiliki pangsa pasar tidak sedikit maka perusahaan media Cetak Harian Seputar Indonesia Biro Jawa Timur sangat perlu berusaha lebih keras dalam meningkatkan pelayanan, publikasi, menjalin kerjasama sponsorship, penyebaran berita, kegiatan sosial, media identitas, dan tentu saja event bersama komunitas. Hal ini sangat bernilai untuk membangun mempertahankan *trust* kepada konsumen.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations*, Aktivitas Komunitas, *Branding Activity*, *Mass Media*