

## Abstrak

**TUJUAN PENELITIAN**, ialah untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang dilakukan dan menganalisis kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan citra dari mal PX Pavilion, serta berusaha untuk mengaplikasikan konsep-konsep teori yang telah didapat selama kuliah di Universitas Bina Nusantara jurusan Marketing Communication peminatan Public Relations melalui pengamatan dan studi empiris di PX Pavilion.

**METODE PENELITIAN** yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode kualitatif melalui observasi partisipatif dimana peneliti ikut berperan aktif dalam setiap kegiatan marketing communication PX Pavilion. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan informan yang kredibel dan menganalisis dokumentasi yang didapat.

**ANALISIS** yang peneliti gunakan adalah analisis komponensial yang bertujuan untuk mencari ciri yang jelas dan spesifik pada setiap struktur internal dengan cara mengkontraskan antar elemen.

**HASIL YANG DICAPAI** adalah bahwa peran dari divisi marketing communication mempunyai peranan penting pada pencitraan PX Pavilion. Marketing Communication berfungsi untuk meningkatkan dan mempertahankan citra dari PX Pavilion sebagai mal yang berkonsep food & beverages. Oleh karena itu, strategi PENCILS dan kegiatan seperti event diterapkan dan dilaksanakan untuk meningkatkan citra.

**SIMPULAN** bahwa strategi public relations yang digunakan PX Pavilion sesuai dengan teori PENCILS dan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan citra yaitu dengan mengadakan event setiap bulan. (PSH)

### Kata Kunci

*PX Pavilion, strategi, event, marketing communication*

## Abstract

**THE RESEARCH OBJECTIVES**, are to identify the strategies that did and to analyze the programs that can increase the image of PX Pavilion mall, as trying to apply the theoretical concepts that have been acquired during the lecture at Bina Nusantara University majoring in Marketing Communication specialization in Public Relations through observation and empirical studies in the PX Pavilion.

**THE RESEARCH METHOD** that used in this paper is a qualitative method through participative observation in which researchers take an active role in any PX Pavilion's marketing communication activities. In addition, the researchers also conducted interviews with credible informant and analyzing the obtained documentations.

**THE ANALYSIS** that researcher use is componential analysis that aims to find a clear and specific characteristics at each internal structure in a way contrasts between elements.

**THE RESULT** is that the role of marketing communication division has an important role in PX Pavilion's image. Marketing Communication serves to increase and maintain the image of PX Pavilion mall concepting as food & beverages. Therefore, strategies such as *PENCILS* and event activities applied and implemented to increase the image.

**THE CONCLUSION** that the public relations strategies used by PX Pavilion in accordance with the theory of *PENCILS* and activities undertaken to increase the image by holding events every month. (PSH)

### Keywords

*PX Pavilion, strategy, event, marketing communication*