

ABSTRACT

Strategi komunikasi pemasaran merupakan merupakan hal penting bagi suatu perusahaan guna memasarkan produk-produknya. Dengan memiliki strategi komunikasi pemasaran yang baik diharapkan produk yang dimiliki bisa dengan mudah dijual ke konsumen sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana strategi *positioning marketing public relations* air mineral TOTAL memanfaatkan peluang-peluang dalam *event-event* atau kegiatan-kegiatan olah raga, budaya dan seni serta sosial sebagai bagian dari strategi. Metode penelitian ini kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terhadap manager produksi dan manager marketing, serta konsumen. Objek penelitian adalah *event marketing public relations* yang diselenggarakan, dengan mendapatkan data dari CV. Pratama Karya. Hasil dari penelitian ini memberikan menemukan strategi positioning melalui *event marketing public relations*, dan efektivitas iklan secara lebih dalam untuk melihat apakah strategi positioning tersebut, sebagai salah satu strategi yang tepat yang dilakukan oleh CV. Pratama Karya untuk menempatkan produk air mineral TOTAL pada posisi yang tinggi.