

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana aktivitas *marketing public relations* pada Muara Group. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui aktivitas *marketing public relations* yang dilakukan Muara Group dan faktor keberhasilannya. Pada penelitian ini menggunakan konsep dari Kotler & Keller 2006 untuk mengetahui keberhasilan dari aktivitas *marketing public relations* diantaranya yaitu publikasi, sponsorship, berita, kegiatan layanan public, pidato, identitas media. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif mengumpulkan data dengan observasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dalam menjalankan aktivitas *marketing public relations* Muara Group berhasil menggunakan konsep 7 tolak ukur aktivitas *marketing public relations*. Keberhasilan Muara Group dalam menjalankan aktivitas *marketing public relations* terdiri dari beberapa faktor yaitu geografis, *influencer*, pemasaran, dan juga finansial.

Kata kunci: *Marketing Public Relations, Muara Group*