

This research aims to find out the strategies implemented by the Sales & Marketing department in building the brand image Wisma MMUGM through Marketing Public Relation program. The result of this research after analysis is Wisma MMUGM has to go through Marketing Public Relation program in building and communicating a brand image. The reason is the Marketing Public Relation program will convey a brand image to the target market and the wider community. Through a good brand image formed by Sales & Marketing department, Wisma MMUGM will be able to boost the product marketing, to build a good communication with the target market and the wider community, and can also be a strategy to increase the number of guests. The type of research used in this research is a qualitative method by using descriptive research. The methods to collect data in this study are by direct observation to the location, questionnaires, interviews with Manager and staffs of Sales & Marketing department and guests, and documentation.

Keywords: Sales & Marketing, marketing public relations, brand image

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh departemen *Sales & Marketing* dalam membangun citra merek Wisma MMUGM melalui program *Marketing Public Relation*. Hasil dari penelitian ini setelah dianalisis dapat diketahui bahwa dalam membangun serta mengkomunikasikan citra merek Wisma MMUGM harus melalui pendekatan program *Marketing Public Relation*. Alasannya adalah program *Marketing Public Relation* tersebut yang akan menyampaikan citra merek kepada target pasar dan masyarakat luas. Melalui citra merek yang baik yang telah dibentuk oleh departemen *sales & marketing* Wisma MMUGM dapat mendorong pemasaran produk, komunikasi yang baik terhadap target pasar dan masyarakat luas serta dapat menjadi strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan tamu. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Cara mengumpulkan data dalam penelitian ini, yaitu dengan observasi langsung ke lokasi, penyebaran kuisioner, wawancara dengan Manajer dan staf departemen *Sales & Marketing* dan pengunjung, serta dokumentasi.

Kata kunci: *Sales & Marketing, marketing public relation, citra merek*