

ABSTRAK

Bunga Syaputri : Implementasi *Marketing Public Relations* Melalui Bauran Pemasaran Humas pada Mistyvori

Mistyvori, sebagai *brand fashion* lokal yang telah berdiri sejak 2016 dan dikenal melalui pendekatan syar'i serta gaya kekinian, membutuhkan strategi komunikasi yang mampu membangun citra positif sekaligus menjalin kedekatan dengan konsumennya. Mistyvori menerapkan strategi *Marketing Public Relations* sebagai upaya untuk membangun hubungan jangka panjang, serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh Mistyvori. Penelitian ini menggunakan pendekatan konsep PENCILS yang dikembangkan oleh Thomas L. Harris dengan berfokus pada empat strategi utama, yaitu publikasi, *event* (penyelenggaraan acara), *community involvement* (keterlibatan komunitas), dan *inform or image* (penyampaian informasi atau pembentukan citra).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai strategi *Marketing Public Relations* yang dijalankan oleh Mistyvori. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dengan partisipasi aktif, wawancara mendalam, serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mistyvori mengimplementasikan strategi *Marketing Public Relations* dengan empat strategi utama. Pertama, melakukan publikasi, yakni pemilihan media dan segmentasi audiens, membangun *branding* dan narasi visual, serta perencanaan konten berbasis momen. Kedua, menyelenggarakan *event*, yakni menggelar acara berbasis nilai merek yang agamis, serta mengikuti *event* kolaboratif. Ketiga, melakukan *community involvement*, yakni bekerja sama dengan komunitas atau *brand* dari relasi terdekat, serta memastikan hubungan timbal balik. Keempat, strategi *inform or image*, yakni merencanakan konsep toko (*store concept*), menyampaikan eksklusivitas produk, serta memilih model komersial.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Mistyvori menerapkan bauran pemasaran Humas yang mengacu pada konsep PENCILS oleh Thomas L. Harris menunjukkan bahwa aktivitas *Public Relations* Mistyvori yang konsisten, kreatif, dan relevan turut mendorong keberhasilan strategi pemasaran. *Marketing* dan *Public Relations* saling melengkapi, di mana *Public Relations* menjadi pondasi dalam membangun citra dan nilai yang ingin disampaikan merek.

Kata Kunci : *Marketing Public Relations*, Brand Lokal, Konsep PENCILS

ABSTRACT

Bunga Syaputri : Implementing Marketing Public Relations Through a Public Relations Marketing Mix at Mistyvori

Mistyvori, a local fashion brand established in 2016 dan known for its syar'i approach and contemporary style, requires a communication strategy that can build a positive image while fostering a close relationship with its customers. Mistyvori implements a Marketing Public Relations strategy as an effort to build long-term relationships and enhance public trust in the products it offers.

This study aims to investigate how Mistyvori implements its Marketing Public Relations strategy. The research employs the PENCILS concept developed by Thomas L. Harris, focusing on four main strategies: publication, events, community involvement, and information dissemination or image building.

This study uses a constructivist paradigm with a qualitative approach. The method used is descriptive qualitative, aiming to provide a comprehensive overview of the Marketing Public Relations strategies implemented by Mistyvori. Data collection was conducted through active participation observation, in-depth interviews, and documentation.

The results of the study indicate that Mistyvori implements Public Relations Marketing strategies with four main strategies. First, conducting publications, namely media selection and audience segmentation, building branding and visual narratives, and planning content based on moments. Second, organizing events, namely holding events based on religious brand values, and participating in collaborative events. Third, community involvement, which involves collaborating with communities or brands from close relationships and ensuring reciprocal relationships. Fourth, the inform or image strategy, which involves planning store concepts, communicating product exclusivity, and selecting commercial models.

The conclusion of this study is that Mistyvori implements a Public Relations marketing mix based on Thomas L. Harris' PENCILS concept, showing that Mistyvori's consistent, creative, and relevant Public Relations activities contribute to the success of its marketing strategy. Marketing and Public Relations complement each other, with Public Relations serving as the foundation for building the image and values that the brand wishes to convey.

Keywords: Marketing Public Relations, Local Brand, PENCILS Concept