

ABSTRAK

Intan Ayu Azhara, Pemanfaatan *Pull Strategy Marketing Public Relations* YATC Indonesia Dalam Instagram (@yadc.id)

Yayasan Andre Tjipta Cendekia (YATC) Indonesia adalah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang mewadahi para pemuda-pemudi Indonesia dalam bidang pengabdian masyarakat. YATC sebagai lembaga lintas disiplin terbuka untuk umum dengan memfasilitasi pemuda-pemudi dari seluruh pelosok Indonesia dengan latar belakang sosial, agama, suku, budaya dan daerah yang berbeda. Lembaga yang berbasis kegiatan sosial ini mengajak pemuda dan pemudi yang ingin berkomitmen untuk mengembangkan diri dan berkontribusi secara positif serta hasil nyata dalam pemberdayaan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses Strategi *Marketing Public Relations* YATC Indonesia dalam Instagram (@yadc.id) pada aspek *Pull Strategy* dengan fokus pada tiga aspek yaitu publikasi produk, informatif dan peningkatan kredibilitas. Teori dasar *marketing public relations* dari Thomas L. Harris ini digunakan karena relevan dengan proses strategi dasar *marketing public relations* YATC Indonesia melalui Instagram (@yadc.id). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif serta metode deskriptif. Hasil data pada penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa YATC Indonesia dalam proses melakukan *pull strategy* strategi *marketing public relations* melalui Instagram (@yadc.id) dalam tiga tahapan. Pertama, *pull strategy* pada publikasi produk melalui Instagram dengan strategi yaitu cara pengenalan kegiatan melalui konten informatif serta konten hiburan. Kedua, *pull strategy* pada aspek informative konten dengan cara memberikan kemudahan informasi terkait kegiatan melalui interaksi serta penggunaan Instagram *Story*. Ketiga, *pull strategy* dalam peningkatan kredibilitas melalui Instagram dengan cara respon kepuasan dan hubungan dengan *stakeholders*

Kata Kunci : *Pull Strategy, Marketing Public Relations, Instagram, YATC Indonesia*

ABSTRACT

Intan Ayu Azhara, Utilization of Pull Strategy Marketing Public Relations YATC Indonesia on Instagram (@yadc.id)

The Andre Tjipta Scholar Foundation (YATC) Indonesia is a Non-Governmental Organization (NGO) that accommodates Indonesian youth in the field of community service. YATC as an interdisciplinary institution is open to the public by facilitating young people from all corners of Indonesia with different social, religious, ethnic, cultural and regional backgrounds. This social activity-based institution invites young men and women who want to commit to developing themselves and contributing positively and with real results in community empowerment.

This research aims to determine the Marketing Public Relations Strategy process of YATC Indonesia on Instagram (@yadc.id) in the Pull Strategy aspect with a focus on three aspects, namely product publication, informativeness and increasing credibility. The basic theory of marketing public relations from Thomas L. Harris is used because it is relevant to the basic strategy process of marketing public relations for YATC Indonesia via Instagram (@yadc.id). This research uses a constructivist paradigm and a qualitative approach as well as descriptive methods. The data results in this research were collected through in-depth interviews, observation and documentation.

The research results show that YATC Indonesia is in the process of implementing a pull strategy marketing public relations strategy via Instagram (@yadc.id) in three stages. First, a pull strategy for product publication via Instagram with a strategy, namely introducing activities through informative content and entertainment content. Second, pull strategy on the informative aspect of content by providing easy information related to activities through interaction and the use of Instagram Stories. Third, pull strategy to increase credibility through Instagram by responding to satisfaction and relationships with stakeholders

Keywords: Pull Strategy, Public Relations Marketing Strategy, Instagram, YATC Indonesia