

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai Perencanaan dan Strategi *Marketing Public Relations* PT.ISM-Bogasari Dalam Program “Kisah Sukses” di Media Sosial Youtube. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui implementasi Strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh PT.ISM-Bogasari Dalam Program “Kisah Sukses” di Media Sosial Youtube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini menggunakan konsep *three ways strategy* menurut Harris & Whalen (2006) meliputi *pull strategy*, *push strategy* dan *pass strategy*. Selain itu, peneliti juga menggunakan model tahapan teori *The Whalen 7-Step Strategic Planning Process* yaitu tahap *Situation Analysis*, *Objectives*, *Strategy*, *Target*, *Messages*, *Tactics*, *Evaluations* menurut Harris & Whalen (2006). Pengumpulan data penelitian diperoleh dengan cara melakukan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Bogasari yaitu *pull strategy*, menarik perhatian dengan cara promosi program melalui sosial media instagram, facebook, twitter. Kemudian melakukan *push strategy* dengan cara mendorong menampilkan tayangan yang memiliki kualitas editing dan visual yang bagus serta dapat menyentuh sisi *humanity* para penonton. Langkah selanjutnya yaitu *pass strategy* yang dilakukan dalam mempengaruhi opini public melalui sosialisasi lewat *cooking class* dan artikel-artikel dari UMKM lain secara gratis. Didukung dengan *The Whalen 7-Step Strategic Planning Process* yaitu tahap *Situation Analysis* yaitu menentukan alasan, siapa saja yang akan terlibat, tempat mempublikasi dan waktu pelaksanaan. Lalu *Objectives* menentukan UMKM dalam program Kisah Sukses. *Strategy* Pembagian jobdesk marketing membuat tema dan PR bernegosiasi dan melakukan proses syuting. *Target* mempunyai target pasar UMKM, masyarakat umum dan *stake holder/* pemerintah. *Messages* Mempersuasif konsumen menggunakan cara *soft selling*. *Tactics* yaitu membuat anggaran yang di butuhkan saat syuting program. *Evaluations* dilihat dari hasil laporan engagement dan kemudian memperbaiki dari sisi kualitas video dan kisah UMKM.

Kata Kunci : program kisah sukses PT.ISM-Bogasari, perencanaan, strategi, *marketing public relations*, , *the whalen 7-step strategic planning process*