

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Strategi Marketing Public Relations Kebun Raya Bogor Sebagai Daya Tarik Wisata Alam di Kota Bogor*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara informan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing public relations* yang telah dilakukan kebun raya bogor sebagai daya tarik wisata alam di kota Bogor. Serta ingin mengetahui juga faktor pendukung maupun penghambat Kebun Raya Bogor dalam menjalankan strategi *marketing public relationsnya*. Penelitian ini dilakukan pada *Marketing Public Relations Kebun Raya Bogor* dan beberapa pengunjung yang ada di Kebun Raya Bogor. Dalam metode penelitian, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dan menggunakan paradigma konstruktivis. Dari hasil analisis data, pihak *Marketing public relations* kebun raya bogor telah menggunakan strategi *marketing public relations* yang mencakup Publikasi, Event, Berita, Sponsor, Pidato, Kegiatan Pelayanan Masyarakat, dan Media Identitas. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan strategi marketing public relations yang di gunakan kebun raya bogor diduga telah berhasil untuk meningkatkan dan menarik pengunjung untuk datang ke Kebun Raya Bogor. Kegiatan *Marketing Public Relations* Kebun Raya Bogor ini terfokus pada menarik audiens untuk datang ke Kebun Raya Bogor. Kegiatan ini di harapkan dapat memberikan dampak yang kuat terhadap daya tarik Kebun Raya Bogor untuk menarik *audiens* yang akan datang ke Kebun Raya.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations, Public Relations, Strategi Marketing Public Relations, Media Identitas*