



ABSTRAK

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATION* (MPR) LEDOK SAMBI DALAM MENARIK WISATAWAN MELALUI INSTAGRAM *@ledoksambiecopark*

Ui Setyawati
5211711016

Pariwisata merupakan salah sektor industri yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi negara. Dalam menghadapi dinamika dan persaingan yang semakin ketat, khususnya di wilayah Yogyakarta, strategi *Marketing Public Relation* (MPR) menjadi pendekatan yang tepat dan krusial untuk diterapkan oleh setiap destinasi wisata dalam menarik wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *Pull* dalam MPR menurut Thomas L Harris yang diterapkan oleh pengelola wisata Ledok Sambli. Fokus utama penelitiannya akan mencakup bagaimana *tools Pull strategy* digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara, serta data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung melalui instagram *@ledoksambiecopark*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dari 14 tools dalam strategi *Pull* MPR, sebanyak 9 tools telah diimplementasikan dengan cukup efektif, yaitu: *Media events, Media tours, Story placement, Product placement, Exhibits, Demonstrations, Sampling, Public Service Announcements (PSAs), dan Publications*. Tools tersebut digunakan untuk menciptakan komunikasi visual yang menarik, membangun kepercayaan melalui pengalaman autentik pengunjung, serta memperkuat hubungan emosional dengan audiens secara organik melalui strategi konten yang edukatif, persuasif, dan partisipatif. Dengan demikian, strategi *Pull* MPR Ledok Sambli terbukti mendukung promosi dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

Kata Kunci: Strategi Marketing PR, Pariwisata, Ledok Sambli

ABSTRACT

LEDOK SAMBI MARKETING PUBLIC RELATIONS (MPR) STRATEGY IN ATTRACTING TOURISTS THROUGH INSTAGRAM @ledoksambiecopark

Ui Setyawati
5211711016

Tourism is one of the industrial sectors that plays an important role in the development of the country's economy. In facing increasingly tight dynamics and competition, especially in the Yogyakarta region, the Marketing Public Relations (MPR) strategy is the right and crucial approach to be implemented by every tourist destination in attracting tourists. This study aims to determine how the Pull strategy in MPR according to Thomas L Harris is implemented by the Ledok Sambu tourism manager. The main focus of the research will cover how the Pull strategy tools are used. The method used in this study is descriptive qualitative. The data sources in this study consist of primary data obtained through interviews, as well as secondary data obtained indirectly through Instagram @ledoksambiecopark. The research findings show that of the 14 tools in the MPR Pull strategy, 9 tools have been implemented quite effectively, namely: Media events, Media tours, Story placement, Product placement, Exhibits, Demonstrations, Sampling, Public Service Announcements (PSAs), and Publications. These tools are used to create engaging visual communication, build trust through authentic visitor experiences, and strengthen emotional connections with audiences organically through educational, persuasive, and participatory content strategies. Thus, the Pull MPR Ledok Sambu strategy has proven to support promotion and increase tourist appeal.

Keywords: PR Marketing Strategy, Tourism, Ledok Sambu