

ABSTRAK

Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) merupakan sekumpulan pelajar Indonesia yang sedang menempuh pendidikan di tingkat perguruan tinggi di luar negeri. Meskipun menempuh pendidikan di luar negeri, faktanya PPI di kawasan Asia-Oseania dan Afrika-Timur Tengah masih kesulitan dalam mendapatkan akses informasi seputar pengembangan diri dan karir. PT Tumbuh Global Indonesia sebagai *startup* sosial di bidang pengembang diri dan karir menawarkan layanan dan produknya dalam mengatasi permasalahan tersebut. Divisi *Public Relations* PT Tumbuh Global Indonesia menjadi salah satu divisi yang memiliki peran besar dalam membantu meningkatkan kesadaran PPI terhadap karir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* PT Tumbuh Global Indonesia dalam meningkatkan kesadaran karir Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Asia-Oseania dan Afrika-Timur Tengah pada tahun 2023. Penelitian dengan jenis kualitatif ini menggunakan metode studi kasus *single-cased* dengan teknik analisis data milik Cresswell serta teknik pengumpulan datanya wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa divisi *Public Relations* PT Tumbuh Global Indonesia menggunakan dua strategi yaitu strategi aksi dan komunikasi dalam meningkatkan kesadaran karir PPI di kawasan Asia-Oseania dan Afrika-Timur Tengah. Strategi aksi yang dilakukan oleh divisi *Public Relations* perusahaan tersebut berupa audiensi dengan PPI, *career expo*, dan kerja sama dengan pihak ketiga. Sedangkan strategi komunikasi yang dilakukan yaitu komunikasi yang transparan dan komunikasi persuasif.

Kata Kunci: Strategi *Public Relations*, PPI, Aksi, Komunikasi, dan Evaluasi

ABSTRACT

The Indonesian Student Association (PPI) is a group of Indonesian students who are studying at university level abroad. It is a fact that PPIs in the Africa-Middle East and Asia-Oceania areas still struggle to obtain knowledge regarding personal and career growth, despite having studied overseas. In order to solve these issues, PT Grow Global Indonesia, a social company in the self- and career-development space, provides its services and goods. PT Grow Global Indonesia's Public Relations Division is one of the departments that plays a significant part in raising PPI's awareness of job opportunities. The purpose of this study is to ascertain PT Grow Global Indonesia's public relations plan for raising the Indonesian Student Association (PPI) Asia-Oceania and Africa-Middle East's professional awareness in 2023. This kind of qualitative research combines data analysis methods with a single-case case study approach. Document analysis, observation, and in-depth interviews are some of Cresswell's methods for gathering data. The study's findings demonstrate that PT Grow Global Indonesia's Public Relations department employs both action and communication techniques to raise awareness of PPI careers in the Asia-Oceania and Africa-Middle East areas. The company's public relations division uses career expos, audiences with PPI, and partnerships with outside organizations as part of its action plan. Persuasive and transparent communication is the communication technique employed in the interim.

Keywords: Public Relations Strategies, PPI, Action, Communication, and Evaluation