



## INTISARI

Perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat. Bisnis harus memiliki strategi pemasaran untuk membedakan diri dengan konsumen, salah satunya adalah memperkuat identitas merek dengan mengintegrasikan nilai sosial dan inklusivitas ke dalamnya. Namun, beberapa praktik inklusivitas justru melanggengkan diskriminasi terhadap penyandang disabilitas dengan adanya praktik ‘porno disabilitas’ (*pity porn dan inspiration porn*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemerekan Puka sebagai UMKM yang inklusif dan bagaimana Puka melibatkan penyandang disabilitas tanpa menggunakan narasi ‘porno disabilitas’. Metode yang digunakan adalah wawancara dengan model analisis Miles dkk (2014) yaitu pengumpulan data, triangulasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemerekan dengan nuansa ceria dan menekankan pada kapabilitas penyandang disabilitas untuk berkarya, alih-alih kemalangan dan keterbatasan, membuat Puka berhasil memiliki citra merek yang inklusif terhadap penyandang disabilitas.

**Kata Kunci:** Strategi Pemerekan, Pemasaran Inklusif, UMKM, Penyandang Disabilitas, Porno Disabilitas



## ABSTRACT

*The development of technology and information has led to increasingly fierce business competition. Businesses must have a marketing strategy to differentiate themselves from consumers, one of which is to strengthen brand identity by integrating social values and inclusivity into it. However, some inclusivity practices actually perpetuate discrimination against people with disabilities with the practice of 'disability porn' (pity porn and inspiration porn). This research aims to analyze Puka's branding strategy as an inclusive MSME and how Puka involves people with disabilities without practicing 'disability porn' narratives. The method used is interviews with the Miles et al (2014) analysis model, namely data collection, data triangulation, data display, conclusion drawing, and verification. The results showed that the branding strategy with a cheerful tone and emphasizing on the capabilities of people with disabilities to work, instead of misfortunes and limitations, made Puka succeed in having a brand image as inclusive MSME for people with disabilities.*

*Keywords: Branding Strategy, Inclusive Marketing, MSMEs, People with Disabilities, Disability Porn*