

## ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir ini, begitu banyak *startup* semakin menjamur seiring dengan berkembangnya adopsi teknologi di Indonesia yang sangat pesat. Berbicara mengenai kesuksesan sebuah *startup* maka tak bisa dipungkiri bahwa posisi *public relations* memiliki peran besar di dalamnya. Ada beberapa strategi dan taktik di dalam aktivitas *public relations* yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan *marketing* dan terbukti mampu untuk mendorong perkembangan *startup* lebih cepat dan lebih menghasilkan. *Startup* Indodax.com melihat peluang besar *digital assets* yang juga tak jarang mengedukasi masyarakat melalui berbagai seminar tentang konsep *blockchain* dan *crypto assets* di berbagai kota besar di tanah air. Jelas strategi ini sangat baik bagi para calon pengguna baru yang memiliki keinginan untuk bergabung. Apalagi di tengah isu persoalan regulasi yang kemarin masih dibicarakan akan tetapi kini sudah mulai ditetapkan. Mungkinkah ini bagian dari salah satu strategi *marketing public relations* mereka untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan perusahaan mereka? Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana strategi *marketing public relations* Indodax.com dalam membangun kepercayaan konsumen.

Pada era modern seperti saat ini aktivitas *public relations* tidak hanya berfokus pada ruang lingkup publik internal dan eksternal saja melainkan sudah lebih cenderung untuk mendukung program-program *marketing* perusahaan sehingga aktivitas *public relations* telah menjadi bagian dalam program-program *marketing* sebuah perusahaan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori konsep *Marketing Public Relations* yang dikemukakan oleh Thomas L. Harris dan Patricia T. Whallen (2006). *Marketing Public Relations* merupakan *public relations* dalam konteks *marketing*. Lebih jauh lagi *Marketing Public Relations* memiliki peran untuk membantu melengkapi dan mendukung dalam pencapaian tujuan *marketing* sebuah produk atau jasa pada suatu perusahaan. Tidak hanya terbatas dalam lingkup publisitas saja, *Marketing Public Relations* memegang peranan penting pada beberapa tugas lain yang tentunya dalam rangka mencapai tujuan *marketing* perusahaan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya Indodax.com dalam membangun kepercayaan konsumen adalah dengan menggunakan *three ways strategy of marketing public relations* yaitu *push strategy (power)*, *pull strategy (public relations)*, dan *pass strategy (power + corporate public relations)*. Pada masing-masing strategi, Indodax.com menggunakan beberapa *tools* yang sesuai dengan *stakeholder* yang mereka hadapi. Di antara *tools* yang digunakan tersebut adalah *online forum* dan *social media (blog, instagram, facebook, youtube, twitter)* pada *push strategy*; *symposia/seminars/conferences* dan *exhibits* pada *pull strategy*; serta *assessing issues, advising action*, dan *communication* pada *pass strategy*.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations, Marketing, Public Relations, Pemasaran*

## ABSTRACT

*In recent years, there are so many startups along with the development of technology adoption in Indonesia. Talking about the success of a startup, it can't be denied that public relations has a big role to play. There are several strategies and tactics in public relations activities that can be used to achieve marketing objectives even they are proven to be able to drive the development of startups more quickly and more productively. One of the name of startup in Indonesia, Indodax.com saw huge opportunities for digital assets which also often educate the public through various seminars on the concept of blockchain and crypto assets in various major cities in the country. Obviously this strategy is very good for potential new users who have the desire to join. Especially in the midst of the issue of regulatory issues which yesterday was still being discussed but has now begun to be set. Could this be part of one of their public relations marketing strategies to build consumer trust in their products and companies? The purpose of this research is to describe how the marketing and public relations strategy of Indodax.com builds consumer trust.*

*In this modern era, public relations activities are not only focused on the internal and external public scope, but it has tended to support marketing programs so that public relations activities have become part of the marketing program. In this study, researchers used the concept of Marketing Public Relations by Thomas L. Harris and Patricia T. Whallen (2006). Marketing Public Relations is public relations in the context of marketing. Furthermore, Marketing Public Relations helps complement and support the achievement of the marketing objectives of a product or service. Not only limited in the scope of publicity, Marketing Public Relations plays an important role in several other tasks which of course in order to achieve the company's marketing objectives. The results showed that Indodax.com's effort to build consumer trust is to use the three ways of marketing public relations strategy, they are push strategy (power), pull strategy (public relations), and pass strategy (power + corporate public relations). In each strategy, Indodax.com uses several tools that are relevant to their stakeholders. Among the tools used are online forums and social media (blogs, instagram, facebook, youtube, twitter) on push strategy; symposia / seminars / conferences and exhibits on pull strategy; and assessing issues, advising action, and communication for the pass strategy.*

*Key Words: Marketing Public Relations, Marketing, Public Relations, Pemasaran*