

ABSTRAK

Upaya penerapan *net zero emission* perlu dibangun kesadaran masyarakatnya akan penggunaan gas bumi, yang dilakukan melalui Perusahaan Gas Negara (PGN) sebagai perusahaan energi gas bumi di Indonesia. PGN menyampaikan *Marketing Public Relations* (MPR) secara digital kepada *audience*. MPR menjadi aktivitas pemasaran dan penjualan akan produk perusahaan, dalam membangun *awareness* kepada masyarakat akan penggunaan gas bumi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi *digital marketing public relations* pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data penelitian ini di ambil melalui proses wawancara dan observasi. Peneliti menggunakan konsep tiga strategi *marketing public relations*, yaitu *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy* yang diterapkan oleh peneliti di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PGN menerapkan *pull strategy* dengan mengajak konsumen melalui konten media sosial, *push strategy* dengan komunikasi pemasaran melalui iklan, dan *pass strategy* dengan membangun hubungan kerja sama eksternal. Strategi *marketing public relations* yang dilakukan PGN, menjadi aktivitas komunikasi perusahaan dengan *audience*, sebagai target sasaran pengguna gas bumi.

Kata Kunci: *Digital Marketing Public Relations, Perusahaan Gas Negara, Three-Way Strategies.*