

**STRATEGI KOMUNIKASI SOOTHING GEL ALOEVERA OLEH
PUBLIC RELATIONS NATURE REPUBLIC DALAM
MENINGKATKAN CITRA PRODUK**

(Studi Kasus Nature Republic Cabang Lippo Mall Puri)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu sebagai syarat untuk memperoleh gelar
sarjana ilmu komunikasi**



Disusun oleh

Novita Yanti

051403503125064

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2018

ABSTRAK

**STRATEGI KOMUNIKASI SOOTHING GEL ALOEVERA OLEH
PUBLIC RELATIONS NATURE REPUBLIC DALAM
MENINGKATKAN CITRA PRODUK**

NAMA : Novita Yanti
NIM : 051403503125064
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN : *PUBLIC RELATIONS*

Nature Republic merupakan kosmetik yang berasal dari korea. Pada tahun 2012 Masuk ke indonesia tetapi selama di Indonesia mengalami beberapa hambatan hingga akhirnya gulung tikar. Tahun 2017 masuk kembali ke indonesia dibantu oleh public relations dalam mempromosikan produk soothing gel aloevera hingga dapat diterima oleh masyarakat dan berhasil menjadi *tranding topic* dikalangan *beauty junkies*.

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi soothing gel aloevera yang dilakukan oleh public relations nature republic dalam meningkatkan citra produk, karena soothing gel aloevera berhasil menjadi *tranding topic* di kalangan masyarakat

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus oleh Creswell, merupakan metode yang berfokus pada spesifikasi kasus dalam suatu kejadian baik itu yang mencakup individu, kelompok ataupun suatu potret kehidupan.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh public relations nature republic dalam meningkatkan citra produk, dengan melalui iklan diberbagai media sosial seperti web resmi nature republic, instagram, youtube, facebbok dan berhasil menjadi *tranding topic* dikalangan masyarakat sehingga membentuk citra dengan baik.

Kata kunci : strategi komunikasi, public relations, citra produk

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF ALOEVERA SOOTHING GEL BY PUBLIC RELATIONS NATURE REPUBLIC IN IMPROVING PRODUCT IMAGE

NAME: Novita Yanti

NIM: 051403503125064

STUDY PROGRAM: COMMUNICATION SCIENCE

REQUEST: PUBLIC RELATIONS

Nature Republic is a cosmetic from Korea. In 2012, he entered Indonesia, but during his time in Indonesia, he experienced several obstacles until he finally went bankrupt. In 2017, returning to Indonesia was assisted by public relations in promoting aloe vera soothing products to be accepted by the public and succeeded in becoming a topic beauty junkies.

This research discusses the aloe gel soothing communication strategy carried out by the public relations nature republic in enhancing the product image, because the gel aloe vera soothing managed to be a trending topic among the public

This study uses descriptive qualitative analysis with a case study approach by Creswell, a method that focuses on the specification of the case in an event that includes individuals, groups or a portrait of life.

The result of this research is the communication strategy carried out by the public relations nature republic in improving the product image, through advertising in various social media such as the official website of nature republic, instagram, youtube, facebbok and succeeding in becoming a topic topic among the community so as to form a good image.

Keywords: communication strategy, public relations, product image