

Analisis strategi public relations dalam membangun brand image produk Nü Green Tea pada PT ABC President Indonesia melalui kegiatan publikasi media sosial = Analysis of public relations strategy in establish the brand image of Nü Green Tea products at PT ABC President of Indonesia through social media publication activitiy

Qanita Luqman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446908&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dalam perkembangannya, perusahaan semakin menyadari bahwa brand merupakan asset perusahaan yang paling bernilai. Brand lah yang secara riil berhubungan dengan konsumen. Oleh karenanya PR menjadi penting karena memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan informasi atau pesan komunikasi kepada khalayak sasaran guna membangun brand image suatu produk. Perkembangan teknologi yang sangat membantu arus komunikasi saat ini adalah Internet. Internet mampu menunjang strategi PR, salah satunya adalah publikasi dengan menggunakan media sosial. Meningkatnya jumlah pengguna media sosial telah melahirkan media baru bagi komunikasi humas. Dengan kemunculan media sosial dan meningkatnya pengguna Facebook dan Twitter, maka Nü Green Tea juga menyadari pentingnya Facebook dan Twitter sebagai media komunikasi kehumasan yang bisa menjangkau berbagai macam khalayak dengan cepat dan efisien. Kesempatan tersebut dimanfaatkan oleh Nü Green Tea untuk membuat fan page Facebook Nu Green Tea dan akun Twitter @nugreentea yang dijadikan sebagai media komunikasi dengan khalayak dengan memuat berbagai konten informasi guna membangun brand image Nü Green Tea. Konsep yang digunakan dalam tulisan ini adalah konsep mengenai strategi PR yang berfokus pada publikasi di media sosial Twitter dan Facebook dari produk Nü Green Tea dan konsep brand image.

<hr>

ABSTRACT

In the process, company more aware that the brand is the most valuable company asset. Brand is who engage with consumers in real terms. Hence PR is important because it has a good ability to convey information or communication messages to the target audience in order to build a brand image of a product. Technological developments were incredibly helpful the flow of communication now is the internet. Internet is able to support the PR strategy, one of which is the publication which uses social media. The increasing number of users of social media has spawned a new medium for communication relations. With the advent of social media and increased user of Facebook and Twitter, then nü Green Tea is also aware of the importance of Facebook and Twitter as a public relations communications media that can reach a wide range of audiences quickly and efficiently. This opportunity was used by Nü Green Tea to create a Facebook fan page Nu Green Tea and @nugreentea Twitter account which serve as a medium of communication with the audience to load any content of information in order to build brand image Nü Green Tea. The concept used in this paper is the concept of a public relations strategy that focuses on publications in the social media Twitter and Facebook and the concept of brand image.