

Analisis Strategi Kampanye Humas “#PikirinDulu” di Instagram sebagai Upaya untuk Membangun Brand Image AQUA = Analysis of “#PikirinDulu” Public Relations Campaign Strategy on Instagram as an Effort to Build AQUA's Brand Image

Aurora Prima Jihan Adiba, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536646&lokasi=lokal>

Abstrak

Kampanye humas merupakan salah satu strategi kehumasan yang digunakan untuk penyebaran pesan terkait informasi suatu perusahaan. Terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan untuk menyebarkan pesan tersebut, salah satunya adalah menggunakan media sosial Instagram. Hal ini merupakan cara yang digunakan oleh AQUA dalam penyelenggaraan kampanye #PikirinDulu. Kampanye tersebut bertujuan mengajak masyarakat untuk mempertimbangkan aspek lingkungan, kesehatan, dan masyarakat dalam mengonsumsi sesuatu. AQUA tidak hanya mengandalkan akun Instagram pribadinya untuk penyebaran pesan, selain itu juga berkolaborasi dengan influencer dan mengadakan giveaway untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kampanye ini juga didukung oleh kegiatan media relations untuk menunjang pesan kampanye di Instagram. Sedikit banyak, kampanye ini telah berperan dalam pembangunan brand image AQUA itu sendiri. Oleh karena itu, makalah ini akan membahas terkait strategi kampanye humas AQUA di Instagram dalam membangun brand image AQUA di masyarakat. Kampanye ini dinilai berhasil menciptakan asosiasi merek yang positif, sehingga brand image AQUA terbangun dengan baik.

.....

A public relations campaign is one of the public relations strategies used to disseminate messages related to a company's information. There are various ways that can be done to spread these messages, one of which is using the social media Instagram. This method is used by AQUA in organizing the #PikirinDulu campaign. The campaign aims to invite people to consider environmental, health, and community aspects in consuming something. AQUA does not only rely on its personal Instagram account for message dissemination, but also collaborates with influencers and holds giveaways to reach a wider audience. Moreover, this campaign is also supported by media relations activities to support the campaign message on Instagram. In a way, this campaign has played a role in building the brand image of AQUA itself. Therefore, this paper will discuss AQUA's public relations campaign strategy on Instagram in building AQUA's brand image in the community. This campaign is considered successful in creating positive brand associations, so that AQUA's brand image is well built.