

Analisis Strategi Marketing Public Relations sebagai Upaya Memperkuat Brand Image (Studi pada Kampanye Citra Halal Wardah Cosmetics) = Analysis of Marketing Public Relations Strategies as an Effort to Strengthen Brand Image (A Study on the Halal Image Campaign of Wardah Cosmetics)

Kania Puspa Anjani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553397&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan jurnal makalah ini ditujukan untuk memperoleh informasi lebih dalam mengenai upaya memperkuat brand image dengan strategi marketing public relations (MPR). Brand image adalah persepsi di benak konsumen terkait suatu merek yang dapat membangun hubungan emosional sehingga berpengaruh terhadap loyalitas dan keputusan pembelian. Dalam hal ini, Wardah berupaya memperkuat citra halal untuk dapat bertahan di tengah persaingan industri kosmetik yang kompetitif. Jurnal makalah ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi dokumen terhadap materi yang dipublikasikan pada media sosial resmi Wardah serta jurnal penelitian terdahulu yang relevan. Hasil analisis mengungkapkan bahwa implementasi tujuh elemen strategi MPR yang dilakukan Wardah mampu memperkuat brand image sebagai produk kosmetik halal. Integrasi elemen-elemen MPR dengan komunikasi yang konsisten dan relevan menciptakan citra positif yang mendukung loyalitas pelanggan.

.....This journal article aims to gain deeper insights into efforts to strengthen brand image through marketing public relations (MPR) strategies. Brand image refers to the perception in consumer's minds regarding a brand, which fosters emotional connections and influences loyalty and purchasing decisions. In this case, Wardah seeks to strengthen its halal image to remain competitive in the highly dynamic cosmetics industry. This journal article adopts a qualitative approach using document analysis methods on materials published on Wardah's official social media platforms and relevant previous research studies. The analysis reveals that Wardah's implementation of the seven MPR strategy elements successfully strengthens its brand image as a halal cosmetic product. The integration of MPR elements with consistent and relevant communication creates a positive image that supports customer loyalty.