

ANALISIS STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RARE BEAUTY DALAM KEGIATAN RARE IMPACT DI PLATFORM DIGITAL UNTUK MEMBANGUN BRAND IMAGE YANG MENDUKUNG KESEHATAN MENTAL = "STRATEGY ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RARE BEAUTY IN RARE IMPACT ACTIVITIES ON DIGITAL PLATFORMS TO BUILD A BRAND IMAGE THAT SUPPORTS MENTAL HEALTH"

Siti Nurhaliza, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553402&lokasi=lokal>

Abstrak

Rare Beauty merupakan perusahaan di bidang industri kecantikan yang berdiri pada tahun 2019 oleh Selena Marie Gomez dengan visi dan misi menciptakan ruang yang aman dan ramah dalam hal kecantikan dan membantu setiap orang menerima diri dengan menyediakan alat-alat yang dibutuhkan untuk mereka tidak merasa sendirian di dunia. Rare Beauty membangun Rare Impact yang merupakan bagian dari kegiatan CSR-nya yang peduli dengan advokasi isu kesehatan mental. Tujuan dari tulisan ini untuk menganalisis keberhasilan strategi CSR Rare Impact dalam memenuhi prinsip dan praktik CSR dan menganalisis komunikasi strategis CSR Rare Beauty dalam membangun citra positif sebagai perusahaan yang peduli terhadap advokasi kesehatan mental di platform digital. Dengan menggunakan analisis konten konvensional dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi pola komunikasi Rare Impact di platform Instagram, TikTok, dan Website Rare Beauty selama periode Oktober — November 2024. Hasil analisis menunjukkan bahwa Rare Impact menerapkan seluruh prinsip dan praktik CSR, sehingga menciptakan sentimen positif masyarakat yang membantu membangun brand image Rare Beauty.

.....Rare Beauty is a company in the beauty industry founded in 2019 by Selena Marie Gomez with a vision and mission to create a safe and friendly space in terms of beauty and help everyone accept themselves by providing the tools they need to feel less alone in the world. Rare Beauty built Rare Impact which is part of its CSR activities that care about mental health advocacy issues. The purpose of this paper is to analyze the success of Rare Impact's CSR strategy in fulfilling CSR principles and practices and to analyze Rare Beauty's CSR strategic communication in building a positive image as a company that cares about mental health advocacy on digital platforms. Using conventional content analysis with a qualitative approach, this study identified Rare Impact's communication patterns on the Instagram, TikTok, and Rare Beauty Website platforms during the period October – November 2024. The results of the analysis show that Rare Impact applies all CSR principles and practices, thus creating positive public sentiment that helps build Rare Beauty's brand image.