



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN CITRA NUFACE DENGAN INFLUENCER FUJI MELALUI INSTAGRAM @NUFACEID

Meilinda Shafira  
5201711072

Kemajuan teknologi dan era digital telah mengubah secara signifikan cara kita berkomunikasi dan mempromosikan produk atau jasa. Di masa lalu, media komunikasi dan promosi bergantung pada metode konvensional seperti iklan cetak, radio, dan televisi. Namun, dengan kemajuan internet dan teknologi digital, cara ini telah berkembang menjadi lebih canggih dan efisien. Berbeda dengan pendekatan tradisional, platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler kini menjadi cara utama untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih murah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi *Public Relations* NUFACE dalam membangun citra merek melalui kolaborasi dengan *influencer* Fuji di Instagram. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan paradigma post-positivisme, penelitian ini menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dalam konteks pemasaran digital. Data dikumpulkan melalui teknik triangulasi, yaitu observasi, wawancara semi-terstruktur dengan tim *Public Relations* NUFACE, dan dokumentasi unggahan media sosial. Analisis data dilakukan dengan model analisis *The Circular Model of SOME*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan NUFACE terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi, memperkuat citra merek, dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Kolaborasi dengan *influencer* tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga menciptakan keterlibatan emosional yang positif terhadap brand. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi komunikasi digital yang terarah dan berdampak.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Public Relations, Influencer, Pemasaran Digital, Instagram

## **ABSTRACT**

### **PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY IN ENHANCING NUFACE'S BRAND IMAGE THROUGH COLLABORATION WITH INFLUENCER FUJI ON INSTAGRAM @NUFACEID**

*Meilinda Shafira*  
5201711072

*Technological advancements and the digital era have significantly transformed how we communicate and promote products or services. In the past, communication and promotional media relied on conventional methods such as print advertising, radio, and television. However, with the advancement of the internet and digital technologies, these methods have become more sophisticated and efficient. Unlike traditional approaches, digital platforms such as social media, websites, and mobile applications have now become the primary means of reaching a wider audience at relatively lower costs. This study aims to examine the NUFACE Public Relations communication strategy in building brand image through collaboration with the influencer Fuji on Instagram. Using a descriptive qualitative approach and a post-positivist paradigm, this research emphasizes a deep understanding of social phenomena in the context of digital marketing. Data were collected through triangulation techniques, namely observation, semi-structured interviews with NUFACE's Public Relations team, and documentation of social media posts. Data analysis was conducted using the Circular Model of SOME. The results show that NUFACE's communication strategy has proven effective in increasing interaction, strengthening brand image, and building strong relationships with audiences. The collaboration with the influencer not only extended the reach of message but also creates positive emotional engagement with the brand. This study provides practical contributions for companies in designing targeted and impactful digital communication strategies.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Public Relations, Influencer, Digital Marketing, Instagram*