

## ABSTRAK

Judul : Analisis Strategi Marketing Public Relation Produk Nature Republic Dalam Mempertahankan Jumlah Konsumen  
Nama : Mega Dhewy Lestari  
Program Studi : Komunikasi Pemasaran

Lanskap perusahaan mengalami pertumbuhan signifikan, menyebabkan persaingan yang semakin intensif di antara perusahaan dalam upaya merebut pangsa pasar. Akibatnya, organisasi semakin fokus pada pengembangan kreativitas dan inovasi. Salah satu pendekatan yang menonjol melibatkan penerapan strategi komunikasi pemasaran, di mana perusahaan terlibat dengan pemangku kepentingan atau subjek utama untuk menyampaikan pesan yang diinginkan secara efektif terkait produk dan layanan yang mereka tawarkan kepada basis pelanggan. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena kehadiran Nature Republic sebagai sebuah produk yang baru empat tahun di Indonesia sudah mempengaruhi performa dalam bersaing dengan produk kompetitor lokal yang sangat besar dan menetralkan para produk skincare lokal hingga mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan (mediatization). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan analisis komprehensif tentang pendekatan komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Nature Republic untuk mempertahankan dan mempertahankan basis konsumennya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data yang terkumpul melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dilakukan interpretasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran Nature Republic didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi, meningkatkan dan mendorong perilaku konsumen, seperti kualitas produk, bauran pemasaran, dan citra merek. Selain itu aplikasi Whatsapp, Instagram, Website, Shopee dan TikTok untuk mengabarkan informasi dan mengiklan produk kepada konsumen dengan tujuan agar mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang di bidang kecantikan lainnya yang berada di Indonesia.

**ABSTRACT**

*Title* : *Analysis of Marketing Public Relations Strategy for Nature Republic Products in Maintaining Number of Consumers*  
*Name* : *Mega Dhewy Lestari*  
*Study Program* : *Marketing Communication*

*The corporate landscape experienced significant growth, causing increasingly intense competition among companies to capture market share. As a result, organizations are increasingly focusing on fostering creativity and innovation. One prominent approach involves implementing a marketing communications strategy, in which companies engage with key stakeholders or subjects to effectively convey the desired messages regarding the products and services they offer to their customer base. This phenomenon is interesting to study because the presence of Nature Republic as a product that has only been in Indonesia for four years has affected its performance in competing with very large local competitors' products and neutralized local skincare products to influence consumers in decision-making (mediatization). This study aims to provide a comprehensive analysis of the marketing communications approach used by Nature Republic to retain and sustain its consumer base. The research methodology used is qualitative research. Data collected through interviews, observation, and documentation will be interpreted. The results of the study show that Nature Republic's marketing strategy is based on factors that influence, enhance and encourage consumer behavior, such as product quality, marketing mix, and brand image. In addition, the Whatsapp, Instagram, Website, Shopee, and TikTok applications are used to disseminate information and advertise products to consumers to be able to compete with other beauty companies in Indonesia.*