



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Anggia Arizqi Riandy  
44215010028

Peran Public Relations Internal PT Mandom Indonesia Dalam Meningkatkan Brand Image Produk Kosmetik Pixy Melalui Penggunaan Brand Ambassador.

Jumlah Halaman : 108 Halaman + xiv + 15 Lampiran

Bibliografi : 20 buku + 7 jurnal

### **ABSTRAK**

PT. Mandom Indonesia Tbk. Merupakan perusahaan di bidang *Lifestyle* yang memanfaatkan *Brand Ambassador* sebagai cara untuk meningkatkan *Brand Image* produk kosmetiknya yaitu Pixy, perusahaan tersebut menjadikan selebriti sebagai *Brand Ambassador* produknya sebagai sarana mengkomunikasikan *Brand Pixy* kepada masyarakat.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui peran *Public Relations* PT Mandom Indonesia dalam meningkatkan *Brand Image* produk kosmetik Pixy melalui penggunaan *Brand Ambassador* serta untuk mengetahui keterkaitan antara *Brand Image* dengan *Brand Ambassador*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik, dengan metode pendekatan deskriptif dalam melakukan penelitian kualitatif. Metode yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam dengan *Key Informan* dari *Public Relations* PT Mandom Indonesia dan informan dari konsumen produk kosmetik Pixy.

Peran yang dilakukan oleh *Public Relations* PT Mandom Indonesia adalah a. *Expert Prescriber* dalam hal ini praktisi PR PT Mandom Indonesia merupakan praktisi yang ahli pada bidangnya masing-masing sehingga nantinya akan saling bersinergi dalam upaya meningkatkan *Brand Image* produk Pixy, b. *Communication Fasilitator* dalam hal ini PR menjadikan Mikha Tambayong sebagai *Brand Ambassador* Pixy agar dapat membantu PT Mandom Indonesia dalam mengkomunikasikan *brand Pixy* kepada masyarakat, c. *Problem Solving Fasilitator* dalam hal ini dalam mengatasi masalah mengenai *Brand Image* Pixy, PR PT Mandom Indonesia mengubah gaya komunikasi menjadi lebih menarik, melakukan *Repackaging*, dan menjadikan Mikha Tambayong sebagai *Brand Ambassador* Pixy, d. *Communication Technician* dalam hal PR PT Mandom Indonesia bertindak sebagai divisi yang menjalankan kegiatan komunikasi yang sudah ditugaskan oleh divisi *Management* dan *Product Development* berupa *Event* dalam upaya mengkomunikasikan *Brand Pixy* kepada masyarakat. dan ada keterkaitan antara *Brand Image* Pixy dengan Mikha Tambayong yang merupakan *Brand Ambassador* Pixy. Dikarenakan Mikha merupakan representative Pixy.

Kata Kunci : *Peran Public Relations, Brand Image, Brand Ambassador.*



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Mercu Buana University  
Faculty of Communication Sciences  
Majoring Public Relations  
Anggia Arizqi Riandy  
44215010028

The Role of PT Mandom Indonesia's Internal Public Relations in Enhancing Brand Image of Pixy Cosmetic Products Through the Use of Brand Ambassadors.

Number of Page : 108 Pages + xiv + 15 Attachments

Bibliography : 20 Books + 7 Journal

### **ABSTRACK**

PT. Mandom Indonesia Tbk Is a company in the Lifestyle field that utilizes brand ambassadors as a way to improve the brand image of their cosmetics product Pixy, the company makes celebrities the Brand Ambassadors of their product as a means of communicating the Pixy brand to the public.

This study aims to determine the role of Public Relations of PT Mandom Indonesia in improving Brand Image of Pixy cosmetics products through the use of Brand Ambassadors as well as to determine the relationship between brand image and brand ambassadors.

This study uses a constructivist paradigm, with a descriptive approach in conducting qualitative research. The method is done by conducting observations and in-depth interviews with key informants from PT Mandom Indonesia public

The role carried out by PT Mandom Indonesia Public Relations is the first Expert Prescriber in this case PR Mandom Indonesia is a practitioners who are experts in their respective fields so that later they will synergize in an effort to improve the brand image of Pixy products, secondly Communication facilitators in this matter PR making Mikha Tambayong as Pixy's brand ambassador to be able to help PT Mandom Indonesia in communicating the Pixy brand to the public, thirdly Problem solving facilitator in this case in solving Pixy's brand image, PR PT Mandom Indonesia changed the communication style to be more interesting, doing repackaging, and making Mikha Tambayong as Pixy's brand ambassador, the last is Communication technician in terms of PR PT Mandom Indonesia acts as a division that runs communication activities that have been assigned by the management and product development division in the form of events in an effort to communicate the brand Pixy to the public. and there is a link between Brand Image Pixy and Mikha Tambayong which is a Pixy Brand Ambassador. Because Mikha is a Pixy representative.

Keywords: *The Role of Public Relations, Brand Image, Brand Ambassador*