

ABSTRAK

Qori Hilmiah: Strategi *Marketing Public Relations* dalam Upaya Komunikasi Persuasif.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberhasilan Jyf *Footwear* sebagai merek sepatu lokal asal Bandung yang mampu bertahan dan bersaing di tengah ketatnya industri alas kaki nasional. Dalam menghadapi era digital dan persaingan merek global, Jyf *Footwear* menonjol melalui strategi komunikasi yang efektif dan pendekatan *Marketing Public Relations* yang terintegrasi, guna membangun citra positif dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *Marketing Public Relations* yang diterapkan oleh Jyf *Footwear* dalam upaya komunikasi persuasif. Fokus penelitian mencakup pemilihan saluran komunikasi pemasaran, konsistensi pesan yang disampaikan, serta koherensi pesan dalam setiap medium yang digunakan untuk menjangkau audiens target.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak internal perusahaan, observasi partisipatoris, dan dokumentasi yang relevan. Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan keabsahan data yang diperoleh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jyf *Footwear* secara efektif memanfaatkan saluran komunikasi digital seperti media sosial, marketplace, dan konten kreatif untuk menyampaikan pesan merek secara konsisten dan menarik. Pesan yang disampaikan tidak hanya membangun kedekatan emosional dengan audiens, tetapi juga memperkuat positioning merek sebagai produk lokal yang berkualitas dan terjangkau.

Secara keseluruhan, strategi *Marketing Public Relations* yang diterapkan Jyf *Footwear* terbukti mampu membangun kepercayaan publik, memperkuat loyalitas konsumen, dan menciptakan citra merek yang positif. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya komunikasi terintegrasi dan pesan yang kohesif dalam membentuk keberhasilan pemasaran produk lokal di tengah persaingan yang kompetitif.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations*, Komunikasi Persuasif, Produk Lokal

ABSTRACT

Qori Hilmiah: *Public Relations Marketing Strategy in Efforts of Persuasive Communication*

This research is motivated by the success of Jyf Footwear, a local shoe brand from Bandung, in sustaining its presence and competing within the highly competitive national footwear industry. In the digital era and amidst global brand competition, Jyf Footwear stands out through effective communication strategies and integrated Marketing Public Relations efforts to build a positive image and increase consumer loyalty.

The aim of this study is to analyze the Marketing Public Relations strategies employed by Jyf Footwear in its persuasive communication efforts. The research focuses on the selection of marketing communication channels, the consistency of delivered messages, and the coherence of those messages across various media used to reach the target audience.

This study uses a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews with internal stakeholders, participatory observation, and relevant documentation. Triangulation techniques were employed to validate the collected data.

The findings indicate that Jyf Footwear effectively utilizes digital communication platforms such as social media, online marketplaces, and creative content to convey consistent and engaging brand messages. These messages not only build emotional connections with the audience but also reinforce the brand's positioning as a high-quality and affordable local product.

Overall, Jyf Footwear's Marketing Public Relations strategy has proven successful in gaining public trust, strengthening customer loyalty, and creating a positive brand image. This research highlights the importance of integrated communication and cohesive messaging in achieving marketing success for local products amidst a competitive landscape.

Keywords: *Marketing Public Relations, Persuasive Communication, Local Product*