

# TUGAS CYBER PR

## ***ANALISIS STRATEGI MARKETING PR PERUSAHAAN HEBE BEAUTY***

Nama : Clara Rista Yosefa Gandhi

NIM : 23.96.3964

Kelas : 23IK06

Dosen Pengampu : Rufki Ade Vinanada, S.I.Kom.,M.A

### **A. Analisis Strategi Marketing (4P)**

#### **1. Product**

PT Hebe Beauty Style merupakan perusahaan kecantikan global dengan portofolio merek beragam seperti **Y.O.U**, **Barenbliss**, dan **Dazzle Me**. Setiap produknya menonjolkan karakter yang **menyenangkan, berani, dan kreatif**, dengan target utama **Gen Z dan milenial**. Perusahaan mengedepankan **perpaduan sains, teknologi, dan alam** untuk menghadirkan produk berkualitas dengan harga terjangkau. Ciri khas Hebe Beauty terletak pada **inovasi berkelanjutan** serta **desain kemasan yang menarik** dan sesuai tren.

#### **2. Place**

Hebe Beauty menerapkan strategi distribusi **multi-channel** yang luas, mencakup:

- **Penjualan Online:** Melalui platform e-commerce utama seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *TikTok Shop*.
- **Kehadiran Digital:** Memanfaatkan media sosial, terutama *Instagram* dan *TikTok*, untuk promosi dan penjualan.
- **Jaringan Ritel:** Bekerja sama dengan toko-toko ritel di berbagai negara Asia Tenggara, termasuk Indonesia.
- **Event & Pop-up Store:** Menghadirkan pengalaman langsung bagi konsumen melalui acara dan aktivasi merek di pusat perbelanjaan.

#### **3. Promotion**

Strategi promosi Hebe Beauty berfokus pada pendekatan digital yang kreatif dan interaktif, antara lain:

- **Kampanye Konten Kreatif:** Mengajak partisipasi audiens melalui kompetisi dan *User-Generated Content (UGC)*.
- **Kolaborasi Influencer:** Menggandeng selebriti dan kreator konten untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan kredibilitas.
- **Program Promosi Digital:** Flash sale, bundling produk, serta voucher diskon di berbagai platform.
- **Storytelling Brand:** Mengomunikasikan nilai merek seperti keberanian, inklusivitas, dan keindahan tanpa batas melalui narasi yang relevan.

#### 4. People

Aspek sumber daya manusia dan pelanggan menjadi kunci dalam strategi Hebe Beauty:

- **Staf Terlatih:** Memberikan pelayanan personal dengan pengetahuan produk yang baik.
- **Komunitas Aktif:** Menumbuhkan hubungan erat dengan konsumen melalui kegiatan online dan offline.
- **Tim Pemasaran Responsif:** Sigap mengikuti tren baru dan menyesuaikan strategi berdasarkan umpan balik konsumen.

### B. Analisis Strategi PR (Push, Pull, Pass)

#### 1. Push Strategy

Strategi ini menekankan pada dorongan aktif untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan visibilitas merek, melalui:

- **Peluncuran Produk Baru** disertai kampanye digital dan publikasi media.
- **Iklan Berbayar** di platform digital untuk menjangkau audiens secara tepat sasaran.
- **Kerja Sama Media & Influencer** guna memperluas liputan dan eksposur produk.
- **Event Offline** seperti pameran dan aktivasi merek untuk memperkuat hubungan dengan konsumen.

## 2. Pull Strategy

Pendekatan ini berfokus pada penciptaan daya tarik emosional agar konsumen tertarik secara organik, meliputi:

- **Kampanye Interaktif** yang mendorong audiens ikut serta dalam narasi merek.
- **Konten Inspiratif** tentang gaya hidup dan kecantikan yang relevan bagi generasi muda.
- **Pengalaman Merek Immersif** melalui *pop-up store* dan zona interaktif untuk mencoba produk.

## 3. Pass Strategy

Strategi ini mengandalkan kepercayaan dan komunikasi dari pihak ketiga, seperti:

- **Review & Testimoni** dari konsumen maupun influencer.
- **User-Generated Content (UGC)** yang menunjukkan pengalaman positif konsumen.
- **Edukasi Kecantikan** melalui komunitas dan ahli untuk memperkuat posisi Hebe Beauty sebagai brand yang kredibel.

## Kesimpulan

PT Hebe Beauty berhasil membangun strategi marketing dan PR yang kuat dengan menggabungkan **kekuatan digital, interaksi komunitas, dan pengalaman konsumen yang autentik**. Melalui portofolio merek yang beragam dan strategi yang adaptif, perusahaan mampu menjangkau pasar muda dengan pendekatan yang **relevan, inovatif, dan berorientasi pada tren**.