

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Strategi Komunikasi *Green Marketing* pada Produk Innisfree dalam Upaya mendukung Kampanye Ramah Lingkungan. Penelitian ini memiliki latar belakang masalah yaitu bertambahnya penduduk di Indonesia mengakibatkan adanya penambahan sampah harian terutama sampah plastik. Menanggapi hal tersebut, sejumlah masyarakat yang mulai peduli terhadap permasalahan lingkungan ini mengajak *public* melalui kampanye sosial yang sedang marak terjadi yaitu kampanye gaya hidup ramah lingkungan. Salah satunya adalah kampanye gaya hidup ramah lingkungan yang diselenggarakan oleh Innisfree. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori analisis SWOT. Metode yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan juga didukung dengan hasil wawancara dengan narasumber terkait. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu strategi yang dilakukan Innisfree dalam upaya mendukung kampanye ramah lingkungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *green marketing* yaitu dengan menerapkan kegiatan dasar bauran pemasaran yang meliputi, *Public relation*, *Advertising*, *Sales Promotion* dan *Personal Selling*.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Green Marketing, Kampanye.*

ABSTRACT

This thesis is entitled Green Marketing Communication Strategy for Innisfree Products in an Effort to support Environmentally Friendly Campaigns. This research has a problem background, namely that the increasing population in Indonesia has resulted in an increase in daily waste, especially plastic waste. In response to this, a number of people who are starting to care about environmental problems are inviting the public through social campaigns that are currently taking place, namely environmentally friendly lifestyle campaigns. One of them is an environmentally friendly lifestyle campaign organized by Innisfree. The theory used in this research is the SWOT analysis theory. The method used is descriptive qualitative research and the constructivism paradigm. Data collection in this research used documentation methods and was also supported by the results of interviews with related sources. The results found in this research are the strategies carried out by Innisfree in an effort to support environmentally friendly campaigns and increase public awareness of green marketing, namely by implementing basic marketing mix activities which include, Public Relations, Advertising, Sales Promotion and Personal Selling.

Keywords: *Communication Strategy, Green Marketing, Campaign.*