

ABSTRAK

Fisca Sevia, NIM. 126304202081. Gaya Komunikasi *Public Relations Nano Water Can* Cabang Tulungagung. Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Dosen Pembimbing: Ulfi Nurfaiza, S.I.Kom., M.Sos.

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, *Nano Water Can*, *Public Relations*

Dalam pemasaran produk *Nano Water Can*, peran *Public Relations* sangatlah vital. Penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi *Public Relations* (PR) dalam mempromosikan produk *Nano Water Can* di Cabang Tulungagung. Kemampuan PR untuk menggabungkan komunikasi verbal dan non-verbal secara efektif, serta memanfaatkan teori interaksi simbolik, kunci dalam mencapai tujuan komunikasi yang sukses. PR berhasil membangun citra positif, mengelola krisis dengan baik, dan mempengaruhi persepsi masyarakat secara positif. Melalui metode pengumpulan data berupa wawancara dengan menggunakan teknik snowball sampling, penelitian ini mengidentifikasi bahwa tim PR *Nano Water Can* secara aktif terlibat dalam berbagai kegiatan pemasaran seperti, mengisi seminar, home sharing, konten media sosial, dan menjadi MC dalam *event* tahunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi *Public Relations* pada *Nano Water Can* ditandai dengan penekanan pada penampilan yang percaya diri, ekspresi wajah yang ramah, serta penggunaan bahasa yang santai namun formal. Kesimpulannya, gaya komunikasi *Public Relations Nano Water Can* memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap produk *Nano Water Can*, memperkuat koneksi personal dengan konsumen potensial, dan menyampaikan pesan secara efektif dalam berbagai konteks pemasaran.

ABSTRACT

Fisca Sevia, NIM. 126304202081. Public Relations Communication Style Nano Water Can Tulungagung Branch. Study Program: Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Ushuluddin, Adab and Da'wah, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. Supervisor: Ulfi Nurfaiza, S.I.Kom., M.Sos.

Keywords: *Communication Style, Nano Water Can, Public Relations*

In the marketing of Nano Water Can products, the role of Public Relations is very vital. This research highlights the importance of Public Relations (PR) communication in promoting Nano Water Can products at the Tulungagung Branch. The ability of PR to combine verbal and non-verbal communication effectively, as well as utilize symbolic interaction theory, is key in achieving successful communication goals. PR has succeeded in building a positive image, managing crises well, and influencing public perception positively. Through a data collection method in the form of interviews using snowball sampling techniques, this study identifies that the Nano Water Can PR team is actively involved in various marketing activities such as filling out seminars, home sharing, social media content, and becoming MCs in annual events. The results of the study show that the Public Relations communication style in Nano Water Can is characterized by an emphasis on confident appearance, friendly facial expressions, and the use of relaxed but formal language. In conclusion, Nano Water Can's Public Relations communication style plays an important role in increasing public awareness and trust in Nano Water Can's products, strengthening personal connections with potential consumers, and effectively conveying messages in various marketing contexts.

خالصة

فيسكا سيفيا ، نيم. 126304202081. أسلوب الاتصال في العلاقات العامة للمرأة (دراسة عن مياه النانو يمكن فرع تولونغاغونغ. (برنامج الدراسة: الاتصال والإذاعة الإسلامية ، كلية أوش الدين ، الأدب والدعوة ، S.I.Kom. ، جامعة السيد علي رحمة الله تولونغاغونغ الإسلامية الحكومية. المشرف: أولفي نورفايزا ، M.Sos.

الكلمات المفتاحية: أسلوب الاتصال ، علبة مياه النانو ، العلاقات العامة

في تسويق منتجات علبة مياه نانو ، يعد دور العلاقات العامة أمرا حيويا للغاية. يسلط هذا البحث الضوء على أهمية اتصالات العلاقات العامة (العلاقات العامة) في الترويج لمنتجات علبة مياه نانو في فرع تولونجاونج. تعد قدرة العلاقات العامة على الجمع بين التواصل اللفظي وغير اللفظي بشكل فعال ، وكذلك استخدام نظرية التفاعل الرمزي ، أمرا أساسيا في تحقيق أهداف الاتصال الناجحة. نجحت العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية، وإدارة الأزمات بشكل جيد، والتأثير على التصور العام بشكل إيجابي. من خلال طريقة جمع البيانات في شكل مقابلات باستخدام تقنيات أخذ عينات كرة الثلج ، تحدد هذه الدراسة أن فريق العلاقات العامة علبة مياه نانو يشارك بنشاط في أنشطة تسويقية مختلفة مثل ملء الندوات والمشاركة المنزلية ومحتوى الوسائط الاجتماعية وأن يصبحوا إم سي إس في الأحداث السنوية. أظهرت نتائج الدراسة أن أسلوب التواصل في العلاقات العامة في علبة مياه نانو يتميز بالتركيز على المظهر الوائق وتعبيرات الوجه الودية واستخدام لغة مريحة ولكن رسمية. في الختام ، يلعب أسلوب اتصال العلاقات العامة في علبة مياه نانو دورا مهما في زيادة الوعي العام والثقة في منتجات علبة مياه نانو ، وتعزيز الروابط الشخصية مع المستهلكين المحتملين ، ونقل الرسائل بشكل فعال في سياقات التسويق المختلفة.