

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Public Relations (PR) Shopee Indonesia melalui program Shopee Affiliate. Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi, peran PR menjadi krusial dalam mempromosikan produk dan membangun hubungan dengan pemangku kepentingan. Penelitian ini difokuskan pada analisis strategi PR yang diterapkan oleh Shopee Indonesia melalui program Shopee Affiliate, yang merupakan program yang melibatkan masyarakat umum dalam mempromosikan produk Shopee. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan literature view. Paradigma yang digunakan adalah post-positivisme

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee Indonesia telah berhasil menerapkan strategi PR yang efektif melalui program Shopee Affiliate. Program ini memungkinkan masyarakat umum untuk menjadi mitra dalam mempromosikan produk Shopee dan mendapatkan penghasilan tambahan. Melalui pemanfaatan media sosial dan distribusi konten visual, Shopee Indonesia berhasil meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan lalu lintas pengunjung, dan membangun hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan.

Kata Kunci: *Public Relations, strategi PR, Shopee Indonesia, Program Shopee Affiliate, e-commerce.*