

# **KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL IKLAN *THE BODY SHOP* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**Faradila Syurandari Aji**

## **Abstrak**

Latar Belakang penelitian ini membahas mengenai konstruksi realitas sosial iklan *The Body Shop* untuk membangun pemikiran konsumen mengenai produk *The Body Shop* dan menjaga loyalitas konsumen. Tujuan Penelitian bagaimana tahapan konstruksi realitas sosial iklan *The Body Shop* terhadap loyalitas konsumen. Metodologi Penelitian yang digunakan yaitu melakukan wawancara mendalam (*depth interview*) dengan enam orang informan yang terdiri dari empat orang perempuan dan dua orang laki-laki dengan mengajukan enam belas pertanyaan dengan kurun waktu kurang lebih satu jam setiap orang dan dokumentasi dilakukan sebagai bukti bahwa peneliti benar melakukan wawancara. Hasil Penelitian konstruksi realitas sosial dari iklan *The Body Shop* telah berhasil membangun pemikiran konsumen bahwa dirinya itu cantik, mewah, dan pintar jika memakai produk tersebut. Kesimpulan konsumen menjadi percaya diri, mencapai target sasaran, dan menjaga loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Tahap Konstruksi Realitas Sosial, Iklan *The Body Shop*, Loyalitas Konsumen.

# **CONSTRUCTION OF SOCIAL REALITY OF THE BODY SHOP ADVERTISEMENT ON CONSUMER LOYALTY**

**Faradila Syurandari Aji**

## ***Abstract***

*Background this study discusses the construction of social reality of The Body Shop advertisement to build consumer thinking about The Body Shop product and to maintain customer loyalty. Research Objectives of how the construction stage of social reality of The Body Shop advertisement on consumer loyalty. Research methodology used is to conduct in-depth interview ( Depth interview) with six informants consisting of four women and two men by submitting sixteen questions with an hour-long time per person and documentation performed as evidence that the researcher was right to interview. The results of the research the construction of the social reality of the advertisement The Body Shop has succeeded in building consumer thinking that it is beautiful, luxurious and smart when using the product. Conclusion: Consumers become confident, reach the target, and maintain customer loyalty.*

*Keywords: Construction Stage of Social Reality, The Body Shop Advertising, Consumer Loyalty.*