

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi *Public Relations* yang diterapkan oleh akun Instagram @deviskinjournal untuk memenuhi kebutuhan informasi pengikut terkait perawatan kulit dan kecantikan. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggambarkan secara mendalam bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan mempengaruhi persepsi dan keputusan pengikut dalam memilih produk kecantikan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik akun dan para pengikut aktif, yang memberikan perspektif mengenai efektivitas konten, transparansi, serta keterlibatan pengikut.

Temuan menunjukkan bahwa ulasan produk yang jujur, interaksi dua arah melalui komentar dan pesan langsung, serta konten visual yang menarik menjadi kunci keberhasilan akun ini dalam membangun hubungan yang erat dengan pengikut.

Penelitian ini mendukung relevansi model strategi komunikasi *Public Relations* dari Grunig-Hunt, khususnya model *Public Information dan Two-Way Symmetric*, yang menekankan transparansi dan keterlibatan dua arah yang seimbang. Implikasi penelitian ini dapat menjadi panduan bagi praktisi *Public Relations* dan *influencer* kecantikan dalam mengoptimalkan media sosial untuk komunikasi yang efektif.

Kata Kunci : *Public Relations*, Instagram, *Skincare*, Beauty, *Influencer*, Strategi Komunikasi, *Two-Way Symmetric Model*, *Public Information*, Pengikut, *Digital*.