

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS

Skripsi, Juli 2022

MUHAMMAD REZA FIKRI RACHMAN

2017140114

**PENGARUH KAMPANYE PUBLIC RELATIONS ERIGO #STOPASIANHATE
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (Survei pada followers akun Instagram @erigostore)**

Xv + 148 Halaman + 44 Tabel + 7 Gambar + 5 Lampiran

ABSTRAK

Dalam mempersiapkan langkah-langkah kedepannya, Erigo hadir dengan kampanye terbaru yang dilakukan di New York. Saat sedang melakukan pemotretan dan video di sana, Erigo berkesempatan memasang iklan dan membawa pesan isu sosial di billboard Times Square, New York. Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: Teori Kampanye Public Relations menurut (Rusadi Ruslan, 2013:23). Sedangkan untuk Teori Citra, Menurut Holt, Rinehart, and Winston dalam Gassing (2016:156). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, Jenis penelitian ini eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah follower akun Instagram @erigostore yang berkomentar pada postingan kampanye "*Stop Asian Hate*" yang berjumlah 94 orang responden dengan menggunakan teknik random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner melalui media *google form* yang nantinya jawaban dari responden akan diperoleh menggunakan skala likert dan teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier sederhana dibantu program SPSS versi 25.0 *for windows*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terbukti adanya pengaruh adanya kegiatan kampanye "*Stop Asian Hate*" terhadap citra perusahaan. Hal ini diketahui melalui uji regresi linier sederhana didapat terhitung sebesar 10,820 dan t tabel pada taraf signifikansi 0,5 = 1611 artinya t hitung > t tabel (10.820 > 1611). Berdasarkan nilai tersebut maka Ho ditolak dan Ha diterima, adanya pengaruh yang signifikansi antara tujuan kampanye "*Stop Asian Hate*" terhadap citra perusahaan yang berkomentar pada postingan kampanye "*Stop Asian Hate*" di Instagram @erigostore. Kampanye "*Stop Asian Hate*" dilakukan untuk mengajak masyarakat ikut serta mendukung menolak perundungan di Eropa terhadap orang Asia.

Kata kunci : "*Stop Asian Hate*", Kampanye, Citra

Referensi : 12 Buku, 4 Jurnal, \$ Website

Pembimbing : Dr. Lilik Sumarni, S.Sos, M.Si.