

BAB IV HASIL PENELITIAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Somehinc merupakan salah satu brand kecantikan lokal yang memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya. Brand ini terinspirasi dari krisis pemilihan produk makeup dan skincare yang memiliki kualitas tinggi oleh kaum milenial. Somehinc memiliki merek produk perawatan kulit dan kosmetik, *brand* yang sudah tidak asing lagi di telinga *beauty enthusiast* ini didirikan pada 2019 oleh perempuan hebat Indonesia, Irene Ursula. Irene mengatakan alasan mereka mendirikan *brand* ini dikarenakan kecintaannya pada *skin care* yang mengandung *active ingredients* dan mengusung kualitas produk melalui formulasi terbaik, teknologi terbaru, bahan yang bersih, bersertifikat halal, dan harga terjangkau kepada target pasarnya. Awalnya, Somehinc meluncurkan produk perawatan kulit, mulai dari retinol, serum, hingga moisturizer. Kini, Somehinc mengembangkan kategori produknya menjadi lebih luas, yakni dengan meluncurkan produk kosmetik (Somehinc.com, 2021).

Somehinc memiliki logo dengan slogan yang berbunyi “Be you, Be Somehinc” dengan dibuatnya slogan tersebut Somehinc ada untuk memenuhi kebutuhan kebutuhan generasi sekarang ini, dan juga mengajak untuk peduli dengan perawatan kulit yang digunakan. Somehinc menjadi salah satu *beauty brand* lokal yang berhasil mencuri perhatian. Tidak hanya mengeluarkan produk *make up*, Somehinc meluncurkan koleksi *skin care* terbaiknya.



Gambar 4. 1 Logo Somehinc

Akun instagram @somethincofficial secara rutin mengunggah konten-konten yang menarik dan interaktif, seperti memasarkan produk baru, promosi produk, foto before-after penggunaan, dan memberikan informasi mengenai cara penggunaan produk, informasi yang edukatif mengenai skincare dan makeup, serta masih banyak lagi konten-konten yang menarik minat beli calon konsumen. Somethinc mendapat banyak respon positif terhadap kehadiran akun instagram @somethincofficial, hal tersebut ditunjukkan dengan jumlah followers 822.000, mendapat sekitar 1000-10.000 likes untuk foto dan 10.000-100.000 views untuk video interaktif, serta followers aktif yang memberikan komentar.

1.2. Hasil Penelitian.

1. Identitas Responden.

a) Usia

Tabel 4. 1

Usia.

| No. | Usia. | Frekuensi. | Presentase |
|------------|----------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | 15 – 20 Tahun | 20 | 17,8 |
| 2. | 21 – 25 Tahun | 43 | 60,9 |
| 3. | 26 – 30 Tahun | 14 | 10,8 |
| 4. | 31 – 35 Tahun | 10 | 10,5 |
| 5. | Lainnya | 0 | 0 |
| | Total | 99 | 100 |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat terlihat jelas mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berusia 21 – 25 tahun sebanyak 43 orang atau 60,9%, usia 15 -20 tahun sebanyak 20 orang atau 17,8% 26 – 30 tahun sebanyak 14 orang atau 10,8% dan sisanya berusia 31 - 35 tahun sebanyak 10 orang atau 10,5%

b) Jenis Kelamin.

Tabel 4. 2
Jenis Kelamin.

| No. | Jenis Kelamin | Frekuensi. | Presentase |
|-----|---------------|------------|-------------|
| 1. | Perempuan | 77 | 85,5 |
| 2. | Laki-laki | 22 | 14,5 |
| 3. | Total | 99 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Januari 2023.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat terlihat jelas mayoritas responden dalam penelitian ini mayoritas yaitu perempuan berjumlah 77 orang atau 85,5%, dan sisanya berjenis laki-laki berjumlah 22 orang atau 14,5%

2. Pernyataan Variabel X (*Marketing Public Relations*).

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

a) Publikasi.

Tabel 4. 3
Pernyataan 1

Konten yang disediakan oleh *brand* Somethinc sangat menarik perhatian *followers @somethincofficial*.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju | 62 | 52,5% |
| Setuju | 36 | 24,6% |
| Tidak Setuju | 1 | 22,9% |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Konten yang disediakan oleh *brand* Somethinc sangat menarik perhatian *followers* @somethincofficial.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 62 orang atau 52,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 36 orang atau 24,6%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 22,9%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan konten Instagram @somethincofficial sangat menarik perhatian.

Tabel 4. 4 Pernyataan 2

Postingan yang diunggah oleh akun @somethincofficial sudah sesuai sasaran.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 48 | 45,4% |
| Setuju | 46 | 45,2% |
| Tidak Setuju | 5 | 9,4% |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Postingan yang diunggah oleh akun @somethincofficial sudah sesuai sasaran.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 orang atau 45,4%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 46 orang atau 45,2%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 9,4%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan postingan yang diunggah oleh akun @somethincofficial sudah sesuai sasaran.

Tabel 4. 5 Pernyataan 3

Strategi *brand* Somethinc, dengan menggaet idol K-Pop sangat berpengaruh terhadap citra *brand* Somethinc itu sendiri.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 50 | 59,6 |
| Setuju | 49 | 40,4 |
| Tidak Setuju | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Strategi *brand* Somethinc, dengan menggaet idol K-Pop sangat berpengaruh terhadap citra *brand* Somethinc itu sendiri.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang atau 59,6%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 49 orang atau 40,4%, Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Strategi *brand* Somethinc, dengan menggaet idol K-Pop sangat berpengaruh terhadap citra *brand* Somethinc itu sendiri.

Tabel 4. 6 Pernyataan 4

Produk Somethinc telah menentukan jangkauan produknya.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 46 | 42,6 |
| Setuju | 53 | 57,4 |
| Tidak Setuju | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Produk Somethinc telah menentukan jangkauan produknya.”

maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 orang atau 42,6%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang atau 57,4%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Produk Somethinc telah menentukan jangkauan produknya.

Tabel 4. 7 Pernyataan 5

Somethinc melakukan perluasan produk dengan kolaborasi berama NCT Dream yang dapat menarik perhatian para pembeli.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 49 | 45,1% |
| Setuju | 49 | 45,1% |
| Tidak Setuju | 1 | 9,8% |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc melakukan perluasan produk dengan kolaborasi berama NCT Dream yang dapat menarik perhatian para pembeli.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 49 orang atau 45,1%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 49 orang atau 45,1%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 9,8%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc melakukan perluasan produk dengan kolaborasi berama NCT Dream yang dapat menarik perhatian para pembeli.

Tabel 4. 8 Pernyataan 6

**Somethinc membuat konten yang sangat menarik pada media
*Instagram, Tiktok,***

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 51 | 52,4% |
| Setuju | 48 | 47,6% |
| Tidak Setuju | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc membuat konten yang sangat menarik pada media *Instagram, Tiktok, dan Market Place.*” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 orang atau 52,4%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang atau 47,6%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc membuat konten yang sangat menarik pada media *Instagram, Tiktok, dan Market Place.*

Tabel 4. 9 Pernyataan 7

**Produk somethinc Membuat tools publikasi (laporan tahunan, brosur,
artikel, Koran perusahaan, materi *audio visual*).**

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 52 | 45,6% |
| Setuju | 45 | 42,4% |
| Tidak Setuju | 2 | 12% |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Produk something Membuat tools publikasi (laporan tahunan, brosur, artikel, Koran perusahaan, materi *audio visual*).” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52 orang atau 45,6%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang atau 42,4%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 12%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Produk something Membuat tools publikasi (laporan tahunan, brosur, artikel, Koran perusahaan, materi *audio visual*).

b) Media Identitas.

Tabel 4. 10 Pernyataan 8

Something memiliki logo dengan slogan yang berbunyi “*Be you, Be Something*”

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 50 | 52,5% |
| Setuju | 49 | 47,5% |
| Tidak Setuju | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Something memiliki logo dengan slogan yang berbunyi “*Be you, Be Something*” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang atau 52,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 49 orang atau 47,5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Something memiliki logo dengan slogan yang berbunyi “*Be you, Be Something*”

Tabel 4. 11 Pernyataan 9

Nama Somethinc mudah diingat oleh masyarakat.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 41 | 45,4% |
| Setuju | 58 | 54,6% |
| Tidak Setuju | | |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Nama Somethinc mudah diingat oleh masyarakat.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 41 orang atau 45,4%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 58 orang atau 54,6%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Nama Somethinc mudah diingat oleh masyarakat.

c) Acara

Tabel 4. 12 Pernyataan 10

Konten produk yang dihadirkan oleh Somethinc sangat banyak banyak diminati

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 58 | 45,5% |
| Setuju | 40 | 49,5% |
| Tidak Setuju | 1 | 5% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Konten produk yang dihadirkan oleh Somethinc sangat menarik perhatian, dan banyak diminati banyak orang.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 58 orang atau 45,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 40 orang atau 49,5%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Konten produk yang dihadirkan oleh Somethinc sangat menarik perhatian, dan banyak diminati banyak orang.

Tabel 4. 13 Pernyataan 11

Somethinc menentukan *audience* berupa NCTzen pada produknya sehingga dapat menarik para NCTzen untuk membeli produk Somethinc.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 59 | 57,5 |
| Setuju | 40 | 42,5 |
| Tidak Setuju | | |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc menentukan *audience* berupa NCTzen pada produknya sehingga dapat menarik para NCTzen untuk membeli produk Somethinc.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 59 orang atau 57,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 40 orang atau 42,5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc menentukan *audience* berupa NCTzen pada

produknya sehingga dapat menarik para NCTzen untuk membeli produk Somethinc

Tabel 4. 14 Pernyataan 12

Somethinc mengadakan program “Somethinc Class” untuk para *reseller*, yang mana, dapat menumbuh kembangkan citra Somethinc.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 49 | 35,5% |
| Setuju | 45 | 33,8% |
| Tidak Setuju | 4 | 20,6% |
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 10,1% |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc mengadakan program “Somethinc Class” untuk para *reseller*, yang mana, dapat menumbuh kembangkan citra Somethinc.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 49 orang atau 35,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang atau 33,8%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 20,6%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc mengadakan program “Somethinc Class” untuk para *reseller*, yang mana, dapat menumbuh kembangkan citra Somethinc.

Tabel 4. 15 Pernyataan 13

Somethinc memberi apresiasi kepada konsumen berupa acara special yang bertajuk “Somethinc Birthday Festival”

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 40 | 42,5% |
| Setuju | 59 | 57,5% |
| Tidak Setuju | | |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc memberi apresiasi kepada konsumen berupa acara special yang bertajuk “Somethinc Birthday Festival” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 orang atau 42,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 59 orang atau 57,5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc memberi apresiasi kepada konsumen berupa acara special yang bertajuk “Somethinc Birthday Festival”

d) Berita

Tabel 4. 16 Pernyataan 14

Somethinc membangun hubungan yang baik kepada media.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 56 | 50,5% |
| Setuju | 36 | 30,5% |
| Tidak Setuju | 8 | 19% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc membangun hubungan yang baik kepada media.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 56 orang atau 50,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 36 orang atau 30,5%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 orang atau 19%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc membangun hubungan yang baik kepada media.

Tabel 4. 17 Pernyataan 15

Somethinc selalu membuat konten atau berita yang memberikan dampak positif kepada konsumennya.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 43 | 24,3% |
| Setuju | 48 | 64,5% |
| Tidak Setuju | 7 | 11,2% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc selalu membuat konten atau berita yang memberikan dampak positif kepada konsumennya.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 43 orang atau 24,3%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang atau 64,5%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang atau 11,2%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc selalu membuat konten atau berita yang memberikan dampak positif kepada konsumennya.

Tabel 4. 18 Pernyataan 16

Somethinc memberikan *Press Realease* terkait kolaborasinya dengan Idol Kpop yaitu NCT Dream.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 46 | 44,5% |
| Setuju | 53 | 55,5% |
| Tidak Setuju | | |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc memberikan *Press Realease* terkait kolaborasinya dengan Idol Kpop yaitu NCT Dream.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 orang atau 44,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang atau 55,5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc memberikan *Press Realease* terkait kolaborasinya dengan Idol Kpop yaitu NCT Dream.

e) Pidato

Tabel 4. 19 Pernyataan 17

Irene Ursula selaku *Founder* Somethinc memberikan pidato berupa arahan, edukasi, dalam rangka membangun citra perusahaan.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 59 | 57,5% |
| Setuju | 40 | 42,5% |
| Tidak Setuju | | |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Irene Ursula selaku *Founder* Somethinc memberikan pidato berupa arahan, edukasi, dalam rangka membangun citra perusahaan.”maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 59 orang atau 57,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 40 orang atau 42,5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Irene Ursula selaku *Founder* Somethinc memberikan pidato berupa arahan, edukasi, dalam rangka membangun citra perusahaan.

Tabel 4. 20 Pernyataan 18

Irene Ursula selaku *Founder* Somethinc seringkali melakukan dialog interaktif kepada followernya di social media Instagram.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 35 | 30,5% |
| Setuju | 50 | 45,5% |
| Tidak Setuju | 10 | 20,5% |
| Sangat Tidak Setuju | 4 | 3,5% |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Irene Ursula selaku *Founder* Somethinc seringkali melakukan dialog interaktif kepada followernya di social media Instagram.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang atau 30,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang atau 45,5%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang atau 20,5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Irene Ursula selaku *Founder* Somethinc seringkali melakukan dialog interaktif kepada followernya di social media Instagram.

Tabel 4. 21 Pernyataan 19

Somethinc selalu memberikan penjelasan dalam kontennya terkait produk, manfaat produk, dan juga kualitas produknya.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 48 | 45,5% |
| Setuju | 44 | 40,9% |
| Tidak Setuju | 6 | 13,6% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc selalu memberikan penjelasan dalam kontennya terkait produk, manfaat produk, dan juga kualitas produknya.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 orang atau 45,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang atau 40,9%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 13,6%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc selalu memberikan penjelasan dalam kontennya terkait produk, manfaat produk, dan juga kualitas produknya.

- f) Kegiatan Layanan Masyarakat.

Tabel 4. 22 Pernyataan 20

Somethinc mengadakan program yang bertajuk “Somethinc Class” yang memberikan edukasi kesehatan, perawatan kulit untuk khalayaknya.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 37 | 34,8% |
| Setuju | 50 | 45,5% |
| Tidak Setuju | 12 | 19,7% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc mengadakan program yang bertajuk “Somethinc Class” yang memberikan edukasi kesehatan, perawatan kulit untuk khalayaknya.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 orang atau 34,8%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang atau 45,5%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang atau 19,7%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc mengadakan program yang bertajuk “Somethinc Class” yang memberikan edukasi kesehatan, perawatan kulit untuk khalayaknya.

Tabel 4. 23 Pernyataan 21

Somethinc bermitra dengan pihak Lindungi Hutan untuk melakukan project kontribusi dalam pelestarian lingkungan.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 31 | 29,9% |
| Setuju | 51 | 50,5% |
| Tidak Setuju | 10 | 10,5% |
| Sangat Tidak Setuju | 7 | 9,1% |
| Total | | |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc bermitra dengan pihak Lindungi Hutan untuk melakukan project kontribusi dalam pelestarian lingkungan.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang atau 29,9%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang atau 50,5%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang atau 10,5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc bermitra dengan pihak Lindungi Hutan untuk melakukan project kontribusi dalam pelestarian lingkungan.

Tabel 4. 24 Pernyataan 22

Somethinc membuat program CSR bersama LindungiHutan untuk melakukan penanaman tumbuhan agar dapat membantu menangani permasalahan abrasi.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 46 | 45,1% |
| Setuju | 47 | 47,9% |
| Tidak Setuju | 5 | 5,9% |
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Total | | |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc membuat program CSR bersama LindungiHutan untuk melakukan penanaman tumbuhan agar dapat membantu menangani permasalahan abrasi.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 orang atau 45,1%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 47 orang atau 47,9%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5,9%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc membuat program CSR bersama LindungiHutan untuk melakukan penanaman tumbuhan agar dapat membantu menangani permasalahan abrasi.

g) Sponsorship

Tabel 4. 25 Pernyataan 23

Somethinc sering kali memberikan pemahaman dalam kontennya terkait produk somethinc itu sendiri.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 43 | 43,5% |
| Setuju | 50 | 51,4% |
| Tidak Setuju | 7 | 5,1% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc sering kali memberikan pemahaman dalam kontennya terkait produk somethinc itu sendiri.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 43 orang atau 43,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang atau 51,4%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang atau 5,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc sering kali memberikan pemahaman dalam kontennya terkait produk somethinc itu sendiri.

3. Pernyataan Variabel Y (*Citra Brand*).

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

a) Kepercayaan

Tabel 4. 26 Pernyataan 24

Something kerap kali dalam kontennya memberikan kesan yang positif kepada khalayak.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 44 | 44,5% |
| Setuju | 45 | 45,5% |
| Tidak Setuju | 9 | 8,9% |
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,1% |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Something kerap kali dalam kontennya memberikan kesan yang positif kepada khalayak” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang atau 44,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang atau 45,5%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 orang atau 8,9%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Something kerap kali dalam kontennya memberikan kesan yang positif kepada khalayak

Tabel 4. 27 Pernyataan 25

Produk yang ditawarkan oleh Somethinc sangat terpercaya

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 47 | 46,7% |
| Setuju | 47 | 46,7% |
| Tidak Setuju | 4 | 4,7% |
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,9% |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Produk yang ditawarkan oleh Somethinc sangat terpercaya.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 orang atau 46,7%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 47 orang atau 46,7%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,7%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Produk yang ditawarkan oleh Somethinc sangat terpercaya

b) Realistis.

Tabel 4. 28 Pernyataan 26

Somethinc memberikan rekomendasi produk terkait permasalahan pada kulit konsumen, sehingga produk tersebut bisa dirasakan hasilnya.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 49 | 45,5% |
| Setuju | 50 | 49,2% |
| Tidak Setuju | 4 | 4,1% |
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,2% |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Somethinc memberikan rekomendasi produk terkait permasalahan pada kulit konsumen, sehingga produk tersebut bisa dirasakan hasilnya.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 49 orang atau 45,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang atau 49,2%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Somethinc memberikan rekomendasi produk terkait permasalahan pada kulit konsumen, sehingga produk tersebut bisa dirasakan hasilnya.

c) Kerjasama yang saling menguntungkan.

Tabel 4. 29 Pernyataan 27

Citra Somethinc sangat membuat para konsumen menyukai produknya sehingga mendapatkan feedback yang sesuai.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 62 | 61,9% |
| Setuju | 32 | 31,9% |
| Tidak Setuju | 4 | 4,3% |
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 1,9% |
| Total | 99 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Januari 2023.

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Citra Somethinc sangat membuat para konsumen menyukai produknya sehingga mendapatkan feedback yang sesuai. ” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 62 orang atau 61,9%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 32 orang atau 31,9%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang atau

4,3%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Citra Somethinc sangat membuat para konsumen menyukai produknya sehingga mendapatkan feedback yang sesuai.

d) Kesadaran.

Tabel 4. 30 Pernyataan 28

Saya memilih *Somethinc* ketika dibandingkan dengan merek skincare lainnya.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 59 | 58,5% |
| Setuju | 34 | 35,1% |
| Tidak Setuju | 6 | 6,4% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya memilih *Somethinc* ketika dibandingkan dengan merek skincare lainnya.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 59 orang atau 58,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 34 orang atau 35,1%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6,4%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya memilih *Somethinc* ketika dibandingkan dengan merek skincare lainnya.

Tabel 4. 31 Pernyataan 29

Saya tahu produk Somethinc memiliki kemasan yang simple dibandingkan merek skincare lainnya.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 59 | 58,5% |
| Setuju | 37 | 37,6% |
| Tidak Setuju | 3 | 3,9% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya tahu produk Somethinc memiliki kemasan yang simple dibandingkan merek skincare lainnya.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 59 orang atau 58,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang atau 37,6%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,9%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya tahu produk Somethinc memiliki kemasan yang simple dibandingkan merek skincare lainnya.

Tabel 4. 32 Pernyataan 30

Saya mengingat Somethinc ketika sedang membicarakan brand skincare.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 52 | 49,5% |
| Setuju | 34 | 35,6% |
| Tidak Setuju | 14 | 14,9% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya mengingat Somethinc ketika sedang membicarakan brand skincare.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52 orang atau 49,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 34 orang atau 35,6%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14 orang atau 14,9%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya mengingat Somethinc ketika sedang membicarakan brand skincare.

Tabel 4. 33 Pernyataan 31

Saya mengenali produk Somethinc ketika melihat logo Somethinc.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 46 | 49,5% |
| Setuju | 35 | 35,8% |
| Tidak Setuju | 14 | 14,7% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya mengenali produk Somethinc ketika melihat logo Somethinc” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 orang atau 49,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang atau 35,8%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14 orang atau 14,7%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya mengenali produk Somethinc ketika melihat logo Somethinc.

Tabel 4. 34 Pernyataan 32

Saya memasukkan Somethinc menjadi pilihan pertama atau utama ketika ingin membeli skin care

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 66 | 65,5% |
| Setuju | 25 | 25,4% |
| Tidak Setuju | 8 | 9,1% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya memasukkan Somethinc menjadi pilihan pertama atau utama ketika ingin membeli skin care” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 66 orang atau 65,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang atau 25,4%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 orang atau 9,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya memasukkan Somethinc menjadi pilihan pertama atau utama ketika ingin membeli skin care.

Tabel 4. 35 Pernyataan 33

Saya menjadikan Somethinc alternative pilihan ketika ingin membeli produk skincare

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 72 | 72,5% |
| Setuju | 20 | 21,4% |
| Tidak Setuju | 7 | 6,1% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | | |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya menjadikan Somethinc alternative pilihan ketika ingin membeli produk skincare” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 72 orang atau 72,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 20 orang atau 21,4%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang atau 6,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya menjadikan Somethinc alternative pilihan ketika ingin membeli produk skincare

Tabel 4. 36 Pernyataan 34

Saya tahu produk Somethinc melalui instagram @somethincofficial

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 25 | 25,5% |
| Setuju | 68 | 68,1% |
| Tidak Setuju | 6 | 6,4% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya tahu produk Somethinc melalui instagram @somethincofficial” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang atau 25,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 68 orang atau 68,1%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6,4%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya tahu produk Somethinc melalui instagram @somethincofficial

Tabel 4. 37 Pernyataan 35

Saya mengenali Somethinc melalui warna kemasan produk

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 69 | 69,5% |
| Setuju | 26 | 26,4% |
| Tidak Setuju | 4 | 4,1% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya mengenali Somethinc melalui warna kemasan produk” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 69 orang atau 69,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang atau 26,4%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya mengenali Somethinc melalui warna kemasan produk

Tabel 4. 38 Pernyataan 36

Saya menyadari bahwa konten Instagram @somethincofficial memiliki visual yang menarik

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 61 | 61,9% |
| Setuju | 38 | 38,1% |
| Tidak Setuju | | |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya menyadari bahwa konten Instagram @somethincofficial memiliki visual yang menarik” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 61 orang atau 61,9%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang atau 61,9%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya menyadari bahwa konten Instagram @somethincofficial memiliki visual yang menarik.

Tabel 4. 39 Pernyataan 37

Saya menyadari akun Instagram @somethincofficial mengunggah konten foto dan video pada *feed* Instagram

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 49 | 49,5% |
| Setuju | 43 | 43,4% |
| Tidak Setuju | 7 | 7,1% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | 99 | 100% |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya menyadari akun Instagram @somethincofficial mengunggah konten foto dan video pada *feed* Instagram” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 49 orang atau 49,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang atau 43,4%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya menyadari akun Instagram @somethincofficial mengunggah konten foto dan video pada *feed* Instagram.

Tabel 4. 40 Pernyataan 38

Saya menyadari bahwa Somethinc membuat pilihan tepat dengan mengajak NCT.

| Pernyataan | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju | 49 | 49,5% |
| Setuju | 46 | 46,4% |
| Tidak Setuju | 4 | 4,1% |
| Sangat Tidak Setuju | | |
| Total | | |

Berdasarkan dari data pada tabel, dengan hasil yang diperoleh dari pernyataan “Saya menyadari bahwa Somethinc membuat pilihan tepat dengan mengajak NCT Dream kolaborasi, membuat NCTzen yang sebelumnya tidak mengetahui produk Somethinc, menjadi tahu.” maka dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 49 orang atau 49,5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 46 orang atau 46,4%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju dengan pernyataan Saya menyadari bahwa Somethinc membuat pilihan tepat dengan mengajak NCT Dream kolaborasi, membuat NCTzen yang sebelumnya tidak mengetahui produk Somethinc, menjadi tahu.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y.

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni konten Instagram, berdasarkan tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 41**Rekapitulasi Variabel X (Marketing Public Relations)**

| No | Pernyataan | Mean |
|------------------|-------------------|--------------|
| 1 | Pernyataan 1 | 3,60 |
| 2 | Pernyataan 2 | 3,51 |
| 3 | Pernyataan 3 | 3,74 |
| 4 | Pernyataan 4 | 3,54 |
| 5 | Pernyataan 5 | 3,82 |
| 6 | Pernyataan 6 | 3,49 |
| 7 | Pernyataan 7 | 3,34 |
| 8 | Pernyataan 8 | 3,69 |
| 9 | Pernyataan 9 | 3,76 |
| 10 | Pernyataan 10 | 3,71 |
| 11 | Pernyataan 11 | 3,71 |
| 12 | Pernyataan 12 | 3,28 |
| 13 | Pernyataan 13 | 3,44 |
| 14 | Pernyataan 14 | 3,49 |
| 15 | Pernyataan 15 | 3,37 |
| 16 | Pernyataan 16 | 3,57 |
| 17 | Pernyataan 17 | 3,29 |
| 18 | Pernyataan 18 | 3,41 |
| 19 | Pernyataan 19 | 3,63 |
| 20 | Pernyataan 20 | 3,39 |
| 21 | Pernyataan 21 | 3,53 |
| 22 | Pernyataan 22 | 3,61 |
| 23 | Pernyataan 23 | 3,66 |
| Jumlah | | 81,57 |
| Rata-Rata | | 3,55 |

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Januari 2023.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi pada variabel X diatas maka dapat dilihat bahwa nilai terendah yaitu pada pernyataan ke 12 sebesar 3,28 dengan isi pernyataan “Somethinc mengadakan program “Somethinc Class” untuk para *reseller*, yang mana, dapat menumbuh kembangkan citra Somethinc.” sedangkan nilai tertinggi yaitu pada pernyataan 5 sebesar 3,82 dengan isi pernyataan “Somethinc melakukan perluasan produk dengan kolaborasi berama NCT Dream yang dapat menarik perhatian para pembeli.”

Tabel 4. 42

Rekapitulasi Variabel Y (Citra Brand)

| No | Pernyataan | Mean |
|------------------|-------------------|--------------|
| 1 | Pernyataan 1 | 3,41 |
| 2 | Pernyataan 2 | 3,42 |
| 3 | Pernyataan 3 | 3,44 |
| 4 | Pernyataan 4 | 3,25 |
| 5 | Pernyataan 5 | 3,24 |
| 6 | Pernyataan 6 | 3,37 |
| 7 | Pernyataan 7 | 3,71 |
| 8 | Pernyataan 8 | 3,28 |
| 9 | Pernyataan 9 | 3,44 |
| 10 | Pernyataan 10 | 3,49 |
| 11 | Pernyataan 11 | 3,37 |
| 12 | Pernyataan 12 | 3,57 |
| 13 | Pernyataan 13 | 3,29 |
| 14 | Pernyataan 14 | 3,41 |
| Jumlah | | 47,73 |
| Rata-Rata | | 3,41 |

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi pada variabel Y diatas maka dapat dilihat bahwa nilai terendah yaitu pada pernyataan ke 5 sebesar 3,24

dengan isi pernyataan “Saya memilih *Somethinc* ketika dibandingkan dengan merek skincare lainnya.” sedangkan nilai tertinggi yaitu pada pernyataan ke 7 sebesar 3,71 dengan isi pernyataan “Saya mengingat *Somethinc* ketika sedang membicarakan brand skincare.”

5. Uji Regresi Linear Sederhana.

Analisis uji regresi linear sederhana dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antar variabel X (*Marketing Public Relations*) dan variabel Y (*Citra Brand*). Berikut perhitungan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 25 *for windows*.

Tabel 4. 43

Uji Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .645 ^a | .416 | .410 | 3.37668 |

a. Predictors: (Constant), Marketing Public Relations

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 25

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel *independent* (X) dengan satu variabel *dependent* (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap *Citra Brand* 0,645 yang artinya variabel *Marketing Public Relations* berpengaruh **cukup kuat** dengan *citra brand*. Hal tersebut dapat diketahui dari:

- a. 0,00 – 0,20 = sangat rendah atau sangat lemah
- b. 0,20 – 0,40 = rendah atau lemah
- c. 0,40 – 0,70 = cukup atau sedang
- d. 0,70 – 0,90 = tinggi atau kuat

e. 0,90 – 1,00 = sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R square (koefisien determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R Square sebesar 0,416 Angka tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap *Citra Brand* adalah sebesar 46,1% sementara sisanya 53,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Artinya *Marketing Public Relations* cukup berpengaruh pada *Citra Brand*.

Tabel 4. 44
Coefficients

| Coefficients ^a | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .945 | 5.639 | | .168 | .867 |
| Marketing Public Relations | .574 | .069 | .645 | 8.311 | .000 |

a. Dependent Variable: Citra Brand

: Hasil Perhitungan SPSS

Keterangan persamaan regresi :

$$Y = a+bX$$

Diketahui :

Y : *Citra Brand*

X : *Marketing Public Relations*

a : angka konstan pada penelitian ini sebesar 945

b : angka koefisien pada penelitian ini sebesar 574

berdasarkan keterangan persamaan regresi linear sederhana diatas maka persamaan regresinya menjadi $Y = 945 + 574 X$. Apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 945$ dan jika $X = 1$ maka $Y = 1,519$

6. Koefisien Regresi (Uji t).

Analisis uji regresi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Marketing Public Relations terhadap variabel dependent (Y) yaitu Citra Brand yang diuji pada tingkat signifikansi 0,1 dan derajat kebebasan n-2 yang dihitung menggunakan rumus uji t.

- a. Jika t hitung $>$ t tabel H_0 ditolak dan H_a diterima (ada pengaruh)
- b. Jika t hitung $<$ t tabel H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak ada pengaruh)

Rumus uji t

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = koefisiensi korelasi antara X dan Y (dalam penelitian 0,541)

n = jumlah sample (dalam penelitian ini 100)

maka perhitungannya adalah :

$$t = \frac{0,645\sqrt{(99-2)}}{\sqrt{(1-0,645^2)}}$$

$$t = \frac{0,645 \sqrt{(97)}}{\sqrt{(1-0,645^2)}}$$

$$t = \frac{0,645 \times 9,848}{\sqrt{(1-0,416)}}$$

$$t = \frac{6,351}{0,584}$$

$$t = 10,875$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 10,875. Sedangkan dengan nilai t table dengan nilai signifikansi 10% dapat dicari sesuai dengan jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 99, maka derajat bebasnya (df) $n - 2 = 99 - 2 = 97$. Dengan derajat kebebasan 97 dan tingkat signifikansi 10% maka didapatkan t -hitung 10,875 dan t -tabel 1,658.

Karena nilai t -hitung $10,875 > t$ -tabel 1,658 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara Marketing Public Relations terhadap Citra *Brand* Somethinc.

Tabel 4. 45

ANOVA

| ANOVA ^a | | | | | | |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 787.646 | 1 | 787.646 | 69.080 | .000 ^b |
| | Residual | 1105.991 | 97 | 11.402 | | |
| | Total | 1893.636 | 98 | | | |
| a. Dependent Variable: Citra Brand | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Marketing Public Relations | | | | | | |

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 25

Berdasarkan tabel Anova diatas dapat dilihat hasil angka F sebesar 69,080 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 karena angka probabilitas $0,000 < 0,05$, maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi pengaruh *marketing public relations* terhadap citra brand somethinc.

1.3. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini membahas pengaruh dua variabel yaitu *Marketing Public Relations* (X) Citra *Brand* (Y). *Marketing Public Relations* yang mana adalah tugas seorang *Public Relations* dan harus membuat orang tertarik akan *brand*

atau produk Somethinc itu sendiri, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki 99 responden yang telah mengetahui atau melakukan pembelian produk Somethinc, dan juga merupakan *followers* dari Instagram @somethincofficial. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan analisis data dapat dijelaskan bahwa responden laki-laki sebesar 14,5% dan responden perempuan sebesar 85,5%

Pernyataan pada variabel X (*Marketing Public Relations*) dan variabel Y (*Citra Brand*) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reliabilitas pada variabel X (*Marketing Public Relations*) dan variabel Y (*Citra Brand*) menunjukkan nilai Alpha hitung yang positif serta pada tingkat reliabilitas $> 0,70 - 0,90$ maka kuesioner variabel X reliabel dan variabel Y sangat reliabel.

Berdasarkan dari teori yang digunakan untuk mengukur *Marketing Public Relations* memiliki dimensi yaitu : Publikasi, media identitas, acara, berita, pidato, kegiatan layanan masyarakat, dan sponsorship. Menurut Kotler & Keller (2018:234). Pada variabel X yakni *Marketing Public Relations* sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah Pernyataan ke 5 dimensi acara dengan mean paling tinggi sebesar 3,82 dari dimensi-dimensi menjadi tolak ukur dari penelitian ini yang berkaitan dengan *Marketing Public Relations* sehingga dapat diketahui mayoritas responden merespon dengan positif dari pernyataan yang telah diajukan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari jawaban responden pada variabel X sebesar 3,55 seperti yang telah dijelaskan pada tabel.

Selain itu hasil penelitian dari variabel Y yaitu citra brand mendapatkan respon yang positif juga dengan nilai rata-rata 3,41. Hal ini selaras dengan dimensi *Citra Brand* dari (Rosady Ruslan, 2015:27) yang meliputi kepercayaan, realistis, kerjasama yang saling menguntungkan, dan kesadaran.

Berdasarkan teori yang ada, maka hasil dari penelitian yang telah dibuktikan pada variabel Y yakni Citra *Brand* sebagian besar responden menjawab setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah pernyataan ke 7 dimensi kesadaran dengan mean paling tinggi sebesar 3,71 maka didapatkan hasil bahwa adanya pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap Citra *Brand*. Dari perhitungan SPSS uji korelasi untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel yaitu variabel X pengaruh marketing public relations dan variabel Y citra brand *Somethinc* dengan hasil sebesar 0,416 yang dimana hal ini berarti Marketing Public Relations memiliki pengaruh yang **cukup kuat** terhadap Citra *Brand* *Somethinc*.

Selain itu, perhitungan R square atau koefisien determinasi sebesar 0.416 yang artinya variabel X yaitu Marketing Public Relations mempengaruhi variabel Y Citra *Brand Somethinc* sebesar 46,1,7% dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh faktor lain dari luar penelitian ini, artinya Marketing Public Relations berpengaruh cukup kuat terhadap Citra *Brand*.

Hasil dari uji hipotesis diperoleh t-hitung = 10,875 dengan $df = 99 - 2 = 97$ dan t-tabel = 1,658. Karena t-hitung (10,875) > t-tabel (1,658) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, terdapat pengaruh Marketing Public Relations terhadap citra brand *Somethinc*.