

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS*

Skripsi, Juli 2023

Syifa Lisani Syahsiah Octeva

2016140204

**PENGARUH *CYBER PUBLIC RELATIONS* TERHADAP
*BRAND AWARENESS SKINCARE SCARLETT***

(Survei Pada Pengguna Aplikasi TikTok)

(+ XVI + 117 halaman + 41 tabel + 26 gambar + 10 lampiran)

ABSTRAK

Kegiatan *Public Relations* yang beralih ke media digital disebut *Cyber Public Relations*. Keberhasilan kegiatan *Cyber Public Relations* bergantung pada media yang dipilih, salah satu medianya adalah TikTok dengan 109,08 juta pengguna di Indonesia. Industri kecantikan menjadi industri dengan perkembangan cukup tinggi salah satunya merek Scarlett. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis *skincare* merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Scarlett terus melakukan inovasi untuk tetap dapat bersaing, membuat strategi agar merek Scarlett dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan semakin tinggi tingkat kesadaran merek Scarlett dimata audiens/masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *Cyber Public Relations*, *Brand Awareness*, dan seberapa besar pengaruh *Cyber Public Relations* terhadap *Brand Awareness skincare* Scarlett. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan metode penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner *online*, yang disebar ke 120 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna aplikasi TikTok. Hasil penelitian ini mengungkapkan fakta bahwa *Cyber Public Relations* berdampak positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness* dan memiliki kekuatan pengaruh sebesar 63%. Sedangkan 37% nya ditentukan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Pengaruh, Public Relations, Cyber Public Relations, TikTok, Brand Awareness*

Referensi : 30 buku + 10 Jurnal + 8 Website

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