

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi Ilmu Komunikasi

Skripsi, 03 Juli 2023

Winda Krisnawati

2019140031

PENGARUH *SPECIAL EVENT* “*ONE MEMORABLE DAY WITH OH SEHUN*” TERHADAP *BRAND IMAGE SKINCARE WHITELAB* (Survey Pada Pengunjung *Special Event* “*One Memorable Day with Oh Sehun*”)

xiii + 151 Halaman + 59 Table + 8 Gambar + 11 Lampiran

ABSTRAK

Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan kecantikan *Whitelab* untuk mendapatkan perhatian konsumen yaitu adalah dengan cara menggaet *actor* dari Korea Selatan yang bernama Oh Sehun. Perusahaan *Whitelab* mengadakan *Special event* “*One Memorable with Oh Sehun*” sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *brand image* dan meningkatkan penjualan produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur *special event One Memorable Day with Oh Sehun*, *brand image* skincare *Whitelab*, dan besar pengaruh *special event One Memorable Day with Oh Sehun* terhadap *brand image skincare Whitelab*. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *public relations*, teori *event*, teori *special event*, dan teori *brand image* (citra merek). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey dan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung *special event* yang membeli *special package #ScientistGanteng* sebanyak 2,958 orang dan sampel yang digunakan sebanyak 97 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan data sampel pada penelitian ini menggunakan *random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *special event “One memorable day with Oh Sehun”* terhadap *brand image skincare Whitelab* pada *followers @Whitelab_id*. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,779 dan nilai R Square sebesar 0,607 atau 77,9%, angka tersebut memiliki arti bahwa *brand image* *Whitelab* dipengaruhi oleh *special event “One Memorable Day with Oh Sehun”*, sedangkan sisanya sebesar 22,1% dipengaruhi oleh *variable* lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Public Relations, Special event, Brand Image*

Referensi : 17 Buku, 3 Jurnal, dan 3 Website

Pembimbing : Dr. Nani Nurani Muksin., M.Si