

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

**Skripsi Agustus 2023**

**Askhia Kellik Sri Warna**

**2019140053**

**“Pengaruh Kampanye *Public Relations* #RespectMyBody terhadap *Brand Image* Somethinc”**

**ABSTRAK**

Produk kecantikan pada saat ini menjadi produk yang dibutuhkan untuk merawat ataupun mempercantik kulit dan penampilan seseorang. *Brand* produk kecantikan lokal yang sedang naik daun adalah Somethinc. Somethinc sudah memiliki *brand image* yang sudah melekat dibenak konsumen. Somethinc meluncurkan *body care series* melalui kampanye yang bertema #RespectMyBody. Kampanye ini memiliki pesan untuk menjawab permasalahan yang ada kalangan masyarakat Indonesia mengenai *body insecurity*. Somethinc mengajak para konsumen untuk tidak berdiam diri atas kekurangan yang dimiliki. Adanya penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh dari kampanye *public relations* terhadap *brand image* Somethinc. Teori yang digunakan pada penelitian ini berupa kampanye *public relations* dari Gregory 2017, Soemirat, Soleh & Ardianto 2018 teori variabel *brand image*. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan pada responden *followers* instagram @somethincofficial sejumlah 99 responden, dengan teknik sampling menggunakan metode *simple random sampling*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang tinggi sebesar 31% kampanye *public relations* #RespectMyBody terhadap *brand image* Somethinc.

**Kata Kunci** : **Kampanye *Public Relations*, *Brand Image*, *Public Relations***

**Referensi** : **21 Buku, 6 Jurnal Penelitian dan 2 Websites**

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