

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS*
Skripsi, 30 Mei 2023**

**DHEA AQSHALNAWITRI
2019140108**

**PENGARUH KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* #SCIENTISTGANTENG
TERHADAP *BRAND AWARENESS*
(Survei pada *Followers Twitter @whitelab_id*)**

ABSTRAK

Kampanye #ScientistGanteng adalah kampanye *public relations* yang dibuat oleh brand Whitelab yang bertujuan untuk memperkenalkan *Brand Ambassador* baru yang merupakan seorang *Korean idol, model*, dan juga *actor* yaitu Sehun EXO. Selain untuk memperkenalkan *Brand Ambassador* kampanye tersebut juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan *launching* produk baru yang diberi nama *A Dose+ Glowing Serum*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh kampanye *public relations* terhadap *brand awareness skincare* lokal Whitelab. Populasi pada penelitian ini dilakukan pada *followers Twitter @whitelab_id* dengan sampel sebanyak 97 responden. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori kampanye *public relations* (kognitif, afektif, dan konatif) dan teori *brand awareness* (*unaware of brand, brand recognitions, brand recall, dan top of mind*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang sedang antara Kampanye #ScientistGanteng terhadap *Brand Awareness* dari *Skincare* lokal Whitelab yang memiliki nilai sebesar 0,542 atau 54,2% yang berarti *Brand Awareness* dipengaruhi oleh 54,2% dari Kampanye *Public Relations* dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

**Kata Kunci : *Brand Awareness, Kampanye Public Relations, Public Relations*
Daftar Pustaka : 20 Buku, 8 Jurnal, 8 Website
Pembimbing : Siska Yuningsih, S.I.Kom., M.I.Kom.**

UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH JAKARTA
FACULTY OF ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
COMMUNICATION STUDIES PROGRAM
CONSENSUS PUBLIC RELATIONS
Thesis, 30 May 2023

DHEA AQSHALNAWITRI
2019140108

***THE INFLUENCE OF THE #SCIENTISTGANTENG PUBLIC RELATIONS
CAMPAIGN ON BRAND AWARENESS***
(Survey on Twitter Followers @Whitelab_id)

ABSTRACT

The #ScientistGanteng campaign is a public relations campaign created by the Whitelab brand which aims to introduce a new Brand Ambassador who is a Korean idol, model, and actor, Sehun EXO. In addition to introducing the Brand Ambassador, the campaign was also used as a means of launching a new product called A Dose+ Glowing Serum. The purpose of this study was to measure how much influence a public relations campaign has on Whitelab's local skincare brand awareness. The population in this study was conducted on Twitter followers @whitelab_id with a sample of 97 respondents. The theories used in this study are public relations campaign theory (cognitive, affective, and conative) and brand awareness theory (unaware of brand, brand recognitions, brand recall, and top of mind). This research uses a quantitative approach with a survey method. The result of this study is that there is a moderate influence between the #ScientistGanteng Campaign on Brand Awareness of Whitelab local skincare which has a value of 0.542 or 54.2%, which means that Brand Awareness is influenced by 54.2% of the Public Relations Campaign and the rest is influenced by other variables not included in the study.

***Keywords: Brand Awareness, Public Relations Campaign, Public Relations
Literature List: 20 Books, 8 Journals, 8 Websites
Advisor : Siska Yuningsih, S.I.Kom., M.I.Kom.***