

**PENGARUH PESAN KAMPANYE #SUKINRECYCLESTATION  
TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA MEREK SUKIN**

**MONIQ TESALONIKA HUTABARAT**

**ABSTRAK**

Pertumbuhan penggunaan produk kecantikan dan perawatan kulit yang mengalami kenaikan setiap tahunnya berdampak kepada peningkatan jumlah sampah wadah produk kecantikan dan perawatan kulit. Sukin sebagai salah satu merek produk perawatan kulit berusaha untuk mengatasi masalah tersebut dengan membuat sebuah kampanye daur ulang sampah produk perawatan kulit yang bernama *#SukinRecycleStation*. Sebuah kampanye merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk membangun sebuah reputasi atau citra yang positif di hadapan khalayak umum dengan tujuan untuk membentuk kepercayaan serta penerimaan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari pesan kampanye *#SukinRecycleStation* terhadap pembentukan citra merek Sukin dan seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif jenis eksplanatif dan teori *Elaboration Likelihood Model*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pengikut akun *@sukinskinicare\_idn*. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara pesan kampanye *#SukinRecycleStation* terhadap pembentukan citra merek Sukin. Kampanye *#SukinRecycleStation* membentuk citra merek yang positif dan membuat Sukin menjadi merek yang lebih dikenal serta dipercaya oleh masyarakat sebagai merek yang peduli terhadap lingkungan.

**Kata Kunci : Pesan kampanye, Citra Merek, *Elaboration Likelihood Model*.**

# **THE INFLUENCE OF #SUKINRECYCLESTATION CAMPAIGN MESSAGE ON THE FORMATION OF SUKIN BRAND IMAGE**

**MONIQ TESALONIKA HUTABARAT**

## **ABSTRACT**

*The growth in the use of beauty and skincare products that has increased every year has impacted an increase in the amount of waste containers for beauty and skin care products. Sukin as a brand of skin care products attempts to overcome this problem by creating a waste recycling campaign of skincare products called #SukinRecycleStation. A campaign is one of the ways to build a positive reputation or image in the presence of general public with the aim of building public trust and acceptance. This research aims to find out whether there is an influence from #SukinRecycleStation campaign message on the formation of Sukin's brand image and how big is the influence generated. This research was conducted using a type of quantitative explanative approach and the Elaboration Likelihood Model theory. The sample of this research was 100 people who are followers of the @sukinskincare\_idn account. The results obtained in this research showed that there is a significant influence between #SukinRecycleStation campaign message on the formation of Sukin brand image. The #SukinRecycleStation campaign created a positive brand image and made Sukin a more trusted brand by the public.*

**Keywords : Campaign Message, Brand Image, Elaboration Likelihood Model.**