

Analisis kegiatan kampanye Public Relations Forever against animal testing dalam Pembentukan brand personality The Body Shop di Indonesia = Analysis of Public Relations Campaign Forever against animal testing on forming the brand personality of The Body Shop in Indonesia

Amalia Mahdini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20481072&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

The Body Shop Indonesia kembali melakukan kampanye bertajuk Forever Against Animal Testing pada tahun 2017 setelah sebelumnya dilakukan pada tahun 2012 dan 2013. Kampanye hubungan masyarakat tersebut mengangkat isu yang terjadi di industri kosmetik dan menghasilkan beberapa karakteristik dari serangkaian kegiatan yang dilakukan. Makalah ini akan mengulas proses dari kegiatan kampanye public relations yang berlangsung dan menganalisis brand personality yang terbentuk dari kampanye tersebut. Pada akhir pembahasan, ditemukan enam kegiatan utama dari kampanye dan satu dimensi dari brand personality yang mendominasi sebagai hasil dari kampanye.

ABSTRACT

The Body Shop Indonesia re-did a campaign titled Forever Against Animal Testing in 2017 after previously conducted in 2012 and 2013. The public relations campaign raised the issues that occurred in the cosmetics industry and produced several characteristics from a series of activities. This paper will review the process of the public relations campaign activities that take place and analyze the brand personality formed by the campaign. At the end of the discussion, six main activities from the campaign were found and one dimension of brand personality dominated as a result of the campaign.