

# Membangun Brand Image melalui Purpose Branding: Analisis Green Beauty Campaign oleh Garnier Indonesia = Building a Brand Image through Purpose Branding: Green Beauty Campaign Analysis by Garnier Indonesia

Bernadetta Ardanari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20528961&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penelitian ini menganalisis aksi purpose branding yang dilakukan oleh produk kecantikan Garnier Indonesia. Dengan pengetahuan tentang isu lingkungan yang sedang marak terjadi, kini perusahaan industri manufaktur sebagai salah satu kontributor masalah lingkungan mulai mengambil tindakan untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan dan sosial. Keputusan untuk mengambil tindakan ini didukung oleh kondisi masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya menjaga lingkungan untuk kehidupan yang lebih baik. Oleh karena itu, untuk tetap dapat berdiri sebagai merek yang baik dan terpercaya, perusahaan mengambil tindakan dengan tujuan keberlanjutan melalui komitmen jangka panjang yang dikampanyekan. Inilah yang dilakukan oleh produk kecantikan Garnier Indonesia. Dengan citra mereknya sebagai produk kecantikan yang peduli terhadap permasalahan lingkungan, Garnier membentuk kampanye Green Beauty. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data sekunder dan studi literatur. Melalui materi yang ditemukan pada website dan Instagram Garnier Indonesia, peneliti melihat adanya konsistensi Garnier Indonesia dalam mensukseskan dan mengomunikasikan kampanye Green Beauty. Hasil analisis penemuan data sekunder memperlihatkan bagaimana aksi dari komitmen kampanye Green Beauty dapat membangun citra merek Garnier Indonesia.

.....This study analyzes the purpose branding action carried out by Garnier Indonesia beauty products. With knowledge about environmental issues that are currently rife, now manufacturing industry companies as one of the contributors to environmental problems are starting to take action to have a positive impact on the environment and social. The decision to take this action is supported by the condition of the people who are increasingly aware of the importance of protecting the environment for a better life. Therefore, to remain able to stand as a good and trusted brand, the company takes action with the aim of sustainability through campaigning long-term commitments. This is what Garnier Indonesia beauty products do. With its brand image as a beauty product that cares about environmental issues, Garnier formed the Green Beauty campaign. The analysis in this study uses secondary data analysis methods and literature studies. Through the materials found on Garnier Indonesia's website and Instagram, the researcher saw Garnier Indonesia's consistency in succeeding and communicating the Green Beauty campaign. The results of the analysis of secondary data findings show how the actions of the Green Beauty campaign commitment can build Garnier Indonesia's brand image.