

ABSTRAK

Berkembangnya Tiktok membuat opini publik berkembang, membuat setiap industri kecantikan harus membangun *brand image* yang baik. Klaim kemasan pada produk menjadi hal sangat penting yang harus diperhatikan. Konsumen lebih sadar terhadap klaim produk saat membeli barang-barang di era sekarang, salah satu *content creator* meragukan klaim 7x Ceramide pada Hyalucera, karena terdapat ketidaksesuaian antara klaim dan *ingredients* yang tercantum pada kemasan. Konten dengan komentar yang telah dibuat membuat masyarakat tergiring opini dari berbagai pengguna Tiktok yang dapat membuat *brand image* negatif. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh opini publik 7x Ceramide Hyalucera terhadap *brand image* pada Tiktok. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh opini publik klaim 7x Ceramide terhadap *brand image* pada Tiktok. Metode yang digunakan metode kuantitatif berlandaskan paradigma dengan menggunakan *survey* (kuesioner). Sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan *systematic random sampling* sebanyak 100 responden merupakan followers Tiktok @theoriginote.id, berumur 17 tahun keatas, menggunakan aplikasi Tiktok, pengguna produk serta mengetahui informasi klaim 7x Ceramide Hyalucera. Hasil uji hipotesis penelitian ini terdapat pengaruh opini publik klaim 7x Ceramide Hyalucera terhadap *brand image* pada Tiktok. Opini publik secara signifikan terhadap *brand image* pada Tiktok dengan nilai sebesar 62,4%. Sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Image, Opini Publik, The Originote, Tiktok*