

ABSTRAK

Perusahaan skin care atau produk kosmetik lokal brand yaitu PT. Elshe Estetika Nusantara atau ElsheSkin mengadakan suatu kampanye, kampanye tersebut yaitu #ImPerfectBeauty dengan pemilihan model perempuan *downsyndrome*. Model pada kampanye #ImPerfectBeauty pada perusahaan PT. Elshe Estetika Nusantara (ElsheSkin) ini yaitu bernama Namira Namira Zania perempuan penyandang *downsyndrome* yang sukses menjadi model produk ElsheSkin. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menginformasikan konsep dari kampanye #ImPerfectBaeauty yang dilaksanakan oleh perusahaan ElsheSkin dengan pemilihan model perempuan *downsyndrome* dan Untuk mengetahui pesan apa yang terdapat pada kampanye #ImPerfectBeauty yang dilaksanakan oleh perusahaan ElsheSkin dengan pemilihan model perempuan *downsyndrome* sehingga kampanye tersebut dapat menarik perhatian masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, peneliti menjelaskan makna makna yang terdapat pada penelitian sesuai dengan realitas yang mana peneliti dapat mengetahui perkembangannya dan memahami fenomena atau peristiwa dalam penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kampanye #ImPerfectBeauty juga memiliki strategi tersendiri dalam mempublikasikan kampanye #ImPerfectBeauty serta merepresentasikan isi pesan yang terdapat pada kampanye tersebut, dan masyarakat juga bisa memahami dan terinspirasi dengan isi pesan yang terdapat pada kampanye tersebut.

Kata Kunci : kampanye, pesan, makna cantik, model *downsyndrome*