

## ABSTRAKSI

KRISTOFER OSCAR- 44306010007

### **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER dan TAGLINE dalam IKLAN TELAVISI JAMU TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL VERSI "AGNES MONICA" TERHADAP BRAND AWARENESS**

(-184 halaman, 88 tabel, 2 gambar, dan lampiran)

Maraknya tayangan iklan di media televisi ini menyebabkan kompetisi di antara merek produk yang diiklankan semakin tinggi, maka pesan iklan harus diolah sebaik mungkin. Di dalam pengolahan pesan iklan diperlukan strategi kreatif agar dapat menimbulkan kesadaran khalayak atas suatu merek atau biasa yang dikenal dengan istilah *brand awareness*, *brand awareness* merupakan tahapan efek yang paling awal dari suatu iklan. Maka, tanpa adanya *brand awareness* maka pesan tidak akan masuk sampai tahap selanjutnya. Jadi apabila iklan tidak dapat membuat audiens *aware* akan suatu merek maka adalah mustahil apabila iklan tersebut dapat mendorong audiens melakukan perilaku pembelian.

Menyadari hal tersebut, perusahaan berupaya untuk mengemas pesan iklan agar pesan iklan dapat diperhatikan dan pada akhirnya membuat konsumen memiliki kesadaran akan merek yang diiklankan

Pengaruh Celebrity Endorser dan Tagline Dalam Iklan Televisi Jamu Tolak Angin Sido Muncul Versi "Agnes Monica" Terhadap Brand Awareness Periklanan merupakan bagian dari komunikasi pemasaran perusahaan di mana melalui periklanan terjadi proses komunikasi yang menjembatani kepentingan industri dengan konsumen. Televisi dinilai sebagai media periklanan yang paling berhasil karena menggabungkan unsur audio dan visual. Penggunaan celebrity endorser dan tagline merupakan strategi periklanan untuk menimbulkan brand awareness khalayak. Menggunakan metode survei dengan kuesioner, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh celebrity endorser dan tagline dalam iklan Jamu Tolak Angin versi "Agnes Monica" terhadap brand awareness serta pengaruh komponen celebrity endorser dan komponen tagline terhadap brand awareness. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan celebrity endorser dan tagline memiliki efek terhadap brand awareness, komponen familiarity, relevance dan esteem dari celebrity endorser serta komponen memorability, likability dan adaptability dari tagline juga memiliki pengaruh terhadap brand awareness

Kata kunci: Iklan, Celebrity Endorser, Tagline, Brand Awareness, Jamu Tolak Angin Sido Muncul