



**UNIVERSITAS MERCUBUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS**

**Reiny Tunianizar Sukaton
44312110121**

Pengaruh Terpaan Media Iklan TV Wardah Lightening BB Cream “A True Multitasker” terhadap Brand Awareness sebagai Kosmetik Halal bagi Anggota Forum Female Daily Non-Muslim tahun 2014

Jumlah halaman: i-xii + 101Halaman + 42 Tabel + 6 Gambar + Lampiran + Riwayat hidup

ABSTRAK

Terpaan media iklan TV dengan Brand Awareness. Terpaan (*exposure*) secara sederhana dijabarkan sebagai berapa kali konsumen yang sama berinteraksi atau tertepa iklan dari pemasaran dalam kurun waktu tertentu. *Brand awareness* merupakan kemampuan pembeli atau khalayak untuk dapat mengidentifikasi baik itu mengenal atau mengingat suatu merek ketika konsumen sedang memikirkan kategori produk tertentu, seberapa mudah merek tertentu muncul dari benak konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh terpaan media iklan TV Wardah Lightening BB Cream “A True Multitasker” terhadap *brand awareness* sebagai kosmetik halal bagi anggota forum *Female Daily*.

Konsep yang peneliti gunakan yaitu hierarchy of effect model, terpaan media iklan, iklan televisi dan brand awareness. Metode penelitian dalam riset ini dikategorikan sebagai penelitian eksplanatif sebab-akibat dengan metode survey, dengan menyebarkan kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah anggota forum *Female Daily* non-muslim dengan jumlah sample sebanyak 100, dengan teknik penarikan sampel adalah purposive sample.

Pengujian korelasi didapatkan hasil probabilitas $> 0,01$ yaitu signifikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,606 yang berarti memiliki pengaruh yang kuat antara terpaan media iklan TV terhadap *brand awareness*. Variable terpaan media iklan TV memberikan kontribusi sebesar 36,7% pengaruhnya terhadap variable *brand awareness* sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar factor terpaan iklan.

Kata Kunci : *Terpaan Media Iklan TV, Brand Awareness*