

ABSTRAK

Nabila Marsha Andini 14819566

PENGARUH TERPAAN MEDIA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* PADA TIKTOK @THEORIGINOTE TERHADAP CITRA MEREK

Kata Kunci: Terpaan Media, *e-WOM*, Tiktok, Citra Merek

(xiii + 78 + Lampiran)

Perkembangan sosial media memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Tiktok adalah sosial media yang banyak digunakan di Indonesia bahkan hasil survei menyatakan pengguna tiktok di Indonesia mencapai 70,8%. Sebagai media komunikasi tiktok memiliki potensial dalam mengkomunikasikan suatu produk atau merek kepada khalayak luas, the originote merupakan perusahaan yang menggunakan aplikasi tiktok sebagai media untuk menyebarkan pesan informasi terkait produknya kepada khalayak luas. Isi pesan pada konten yang dilakukan the originote ini merupakan bentuk terpaan media, selain terpaan media konten testimoni yang diberikan para pelanggan juga peran penting untuk meyakinkan para calon pelanggan pada merek the originote untuk membangun citra merek yang diharapkan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan media dan *e-WOM* pada tiktok @theoriginote terhadap citra merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan media dan *electronic word of mouth (e-WOM)* pada tiktok @theoriginote terhadap Citra Merek Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan hasil dari perhitungan menggunakan rumus slovin yang didapatkan sebanyak 400 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan google form. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-I-P (Social Information Processing). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terpaan media dan *electronic word of mouth* pada tiktok @theoriginote terhadap citra merek.

Daftar Pustaka (1985-2022)