

ABSTRAK

Assyaima Nur Savana.10820127

Pengaruh Iklan Humor dan *Tagline* “Don’t Know? Kasih No!” di Media Sosial Youtube terhadap *Brand Awareness* BCA

Kata Kunci : Iklan Humor, *Tagline*, *Brand awareness*

(xiii + 59 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan humor dan *tagline* “Don’t Know? Kasih No!” di media sosial youtube terhadap *brand awareness* BCA. Teori yang digunakan adalah S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) menjadi landasan dalam menganalisis variabel independen penelitian terhadap respons masyarakat pada *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada 400 responden pengguna youtube dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai penentuan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan humor dengan *tagline* “Don’t Know? Kasih No!” berpengaruh secara signifikan secara parsial maupun simultan terhadap *brand awareness* BCA. Persentase sumbangan pengaruh variabel iklan humor dan *tagline* terhadap variabel *Brand awareness* sebesar 60,6% sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Daftar Pustaka (2003 – 2024)