

**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @NDSHVV
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK CAMILLE BEAUTY
(Survei Penelitian pada Generasi Z Di Jakarta)**

QUSNUL KHOTIMAH M.P

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media sosial TikTok @Ndshvv terhadap *brand awareness* produk Camille Beauty. Camille Beauty sendiri adalah salah satu produk *skincare* organik berasal dari Indonesia yang mengalami peningkatan pada jumlah penjualan selama pandemi Covid-19 yaitu periode tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Dengan memaksimalkan berbagai bentuk promosi melalui media sosial TikTok pada akun @Ndshvv dapat membuat masyarakat luas terlebih Gen Z yang merupakan generasi paling banyak menggunakan TikTok lebih menyadari akan keberadaan produk Camille Beauty, serta dapat meningkatkan minat beli pada produk tersebut. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *advertising exposure*. Teori tersebut umumnya membahas mengenai terpaan dari suatu media akan memunculkan sikap dan perasaan tertentu terhadap merek (*brand*). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Jakarta yang menjadi pengguna media sosial TikTok. Ukuran sampel diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*, jenis *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* dengan menggunakan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik inferensial, dengan menggunakan alat bantu untuk pengujiannya yaitu SPSS Versi 25. Berdasarkan uji koefisien determinasi didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa terpaan media sosial TikTok @Ndshvv memiliki pengaruh sebesar 41,7% terhadap *brand awareness* produk Camille Beauty pada generasi z di Jakarta. Hasil tersebut dapat diperkuat dengan hasil dari uji hipotesis atau uji t yang menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, yang dapat diartikan jika terdapat pengaruh yang signifikan pada terpaan media sosial TikTok @Ndshvv terhadap *brand awareness* produk Camille Beauty pada generasi z di Jakarta.

Kata kunci: Terpaan Media, TikTok, *Brand Awareness*.

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA EXPOSURE OF TIKTOK
@NDSHVV ON CAMILLE BEAUTY PRODUCT BRAND
AWARENESS (Research Survey on Generation Z in Jakarta)***

QUSNUL KHOTIMAH M.P

ABSTRACT

This study is a quantitative study that aims to determine how much influence TikTok @Ndshvv social media exposure has on brand awareness of Camille Beauty products. Camille Beauty itself is one of the organic skincare products from Indonesia which experienced an increase in sales during the Covid-19 pandemic, namely the period from 2019 to 2022. By maximizing various forms of promotion through TikTok social media on the @Ndshvv account, it can make the wider community especially Gen Z, which is the generation that uses TikTok the most, is more aware of the existence of Camille Beauty products, and can increase buying interest in these products. The theory used in this research is advertising exposure theory. The theory generally discusses the exposure of a media will bring up certain attitudes and feelings towards the brand (brand). The population in this study is Generation Z in Jakarta who are users of TikTok social media. The sample size was taken as many as 100 respondents using a non-probability sampling technique, the type of purposive sampling. Data was collected through the distribution of online questionnaires using google form. The data analysis technique used is inferential statistical analysis, using a tool for testing, namely SPSS Version 25. Based on the coefficient of determination test, the results show that TikTok @Ndshvv social media exposure has a 41.7% effect on brand awareness of Camille Beauty products in generation z in Jakarta. These results can be strengthened by the results of the hypothesis test or t test which shows that H1 is accepted and H0 is rejected, which can be interpreted if there is a significant influence on TikTok @Ndshvv social media exposure to brand awareness of Camille Beauty products in generation z in Jakarta.

Keywords: Media Exposure, TikTok, Brand Awareness.