

# PENGARUH TAGLINE “KRESEK” PADA INSTAGRAM ADS @ZENBODYSOAP.ID TERHADAP BRAND AWARENESS

SABELINA YULIFIA KARTAATMADJA

## ABSTRAK

*Instagram ads* merupakan salah satu fitur yang dapat memberikan peluang untuk setiap brand menyebarkan informasi mengenai produknya kepada pengguna Instagram sesuai dengan target market yang telah ditentukan oleh brand tersebut. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak pada *tagline* “KRESEK” di Instagram ada @zenbodysoap.id yang dijadikan sebagai variabel independen terhadap brand awareness sebagai variabel dependen. Pedoman yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model* untuk menjelaskan bagaimana proses *tagline* “KRESEK” dalam memberikan informasi kepada pengguna Instagram dalam penerimaan maupun mengolah data informasi, serta menjelaskan konsep *Instagram ads* dengan *Brand Awareness*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei pada 99 responden dari *followers* dari @zenbodysoap.id. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini merupakan *pusposive sampling*. Uji hipotesis menggunakan uji regresi linear sederhana dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang diberikan oleh *tagline* “KRESEK” terhadap brand awareness sebesar 21,5%, hal tersebut menunjukkan bahwa *tagline* “KRESEK” tidak berpengaruh secara signifikan dikarenakan banyaknya faktor, oleh karena itu brand sabun Zen memerlukan alternatif *tagline* lain yang dapat membantu atau menopang *tagline* “KRESEK” agar brand awareness semakin terpengaruh.

Kata kunci : Instagram ads, Brand awareness, Elaboration Likelihood Model, *tagline*.

**THE INFLUENCE OF THE "KRESEK" TAGLINE ON INSTAGRAM  
ADS @ZENBODYSOAP.ID ON BRAND AWARENESS**

**SABELINA YULIFIA KARTAATMADJA**

**ABSTRACT**

Instagram ads are a feature that can provide opportunities for each brand to disseminate information about their products to Instagram users according to the target market determined by the brand. In this study, the aim was to find out whether there was an influence or not on the "KRESEK" tagline on Instagram, @zenbodysoap.id which was used as an independent variable on brand awareness as the dependent variable. The guidelines used in this study use the Elaboration Likelihood Model theory to explain how the process of the "KRESEK" tagline is in providing information to Instagram users in receiving and processing information data, as well as explaining the concept of Instagram ads with Brand Awareness. The approach used in this research is explanatory quantitative with a survey method on 99 respondents from followers of @zenbodysoap.id. The sample chosen in this study is purposive sampling. Hypothesis testing using a simple linear regression test with the results of the study that there was an effect exerted by the "KRESEK" tagline on brand awareness of 21.5%, this shows that the "KRESEK" tagline did not have a significant effect due to many factors, therefore the soap brand Zen needs another tagline alternative that can help or support the "KRESEK" tagline so that brand awareness is increasingly affected.

Keywords : Instagram ads, Brand awareness, Elaboration Likelihood Model, tagline