

PENGARUH *JINGLE* REJOICE HIJAB 3 IN 1 #HIJABISA PADA APLIKASI *STREAMING* JOOX TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN

(Survei terhadap Siswi SMK Bina Prestasi)

NABILA SAFIRA

Abstrak

Musik yang berisi beberapa bait makna untuk mempromosikan suatu produk disebut *jingle*. Kehadiran aplikasi musik *streaming* Joox dapat mengalihkan khalayak untuk mengganti peran radio sebagai media untuk mendengarkan musik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran Pengaruh *Jingle* Rejoice Hijab 3 in 1 #Hijabisia Pada Aplikasi *Streaming* Joox Terhadap Efektivitas iklan. Populasi dari penelitian ini adalah Siswi SMK Bina Prestasi yang menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel yang diambil 124 responden dengan rumus slovin. Model yang digunakan pada penelitian ini adalah EPIC model. *Jingle* diukur berdasarkan lima dimensi yaitu kemudahan *jingle* untuk diingat, *jingle* mempunyai arti, *jingle* disukai, *jingle* dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman dan *jingle* dapat diproteksi atau dilindungi. Efektivitas iklan dikur berdasarkan empat dimensi yaitu empati, persuasi, dampak, dan komunikasi. Dari perhitungan EPIC model semua dimensi dinyatakan efektif. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *jingle* Rejoice Hijab 3 in 1 pada aplikasi *streaming* Joox secara signifikan berpengaruh terhadap efektivitas iklan dan *Jingle* berkontribusi sebesar 30,4% terhadap efektivitas iklan.

Kata kunci: *Jingle*, Efektivitas Iklan, EPIC model

***THE EFFECT OF JINGLE REJOICE HIJAB 3 IN 1 #HIJABISA ON JOOX
STREAMING APPLICATIONS TO THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING***

(Survey of SMK Bina Prestasi students)

NABILA SAFIRA

Abstract

Music that contains some verses of meaning to promote a product called jingle. The presence of streaming music application Joox can switch audiences to replace the role of radio as a medium for listening to music. The purpose of this study is to determine the magnitude of the effect of Jingle Rejoice Hijab 3 in 1 # Hijabisa On Joox Streaming Application To The effectiveness of advertising. The population of this study were students of SMK Bina Prestasi using purposive sampling technique, the sample taken 124 respondents with slovin formula. The model used in this research is EPIC model. Jingle is measured on five dimensions: jingle ease to remember, jingles have meaning, jingle is favored, jingles can adapt to the times and jingles can be protected. The effectiveness of advertising is based on four dimensions: empathy, persuasion, impact, and communication. From the calculation of EPIC model all dimensions are declared effective. The result of regression analysis showed that significant positive effect of jingle Rejoice Hijab 3 in 1 on Joox streaming application to the effectiveness of advertisement and Jingle contributed 30.4% of advertising effectiveness.

Keywords: Jingle, Ad Effectiveness, EPIC model