

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN INDOESKRIM VERSI  
“KISAH LEGENDA NUSANTARA” DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE*  
TERHADAP PENINGKATAN *BRAND AWARENESS***

**(Survei pada Siswa-siswi SMK Keluarga Widuri)**

**Siti Fahrunnisa**

**1410411068**

**ABSTRAK**

Hasil penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang. Indoeskrim merupakan salah satu merek es krim lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Iklan Indoeskrim Versi “Kisah Legenda Nusantara” Di Media Sosial *Youtube* Terhadap Peningkatan *Brand Awareness*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori difusi inovasi, pengertian iklan, fungsi iklan, media sosial, *youtube*, daya tarik iklan, dan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei untuk melaksanakan penelitian dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 116 responden. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa, dari persamaan regresi dapat Pengaruh Daya Tarik Iklan Indoeskrim Versi “Kisah Legenda Nusantara” Di Media Sosial *Youtube* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Peningkatan *Brand Awareness* dengan persentase sebesar 22,2%

**Kata kunci : Daya Tarik Iklan, *Brand Awareness*, Teori Difusi Inovasi**

***INFLUENCE OF POWER OF ADVERTISING INDOESKRIM  
VERSION "LEGEND NUSANTARA STORY" IN SOCIAL YOUTUBE  
MEDIA ON THE IMPROVEMENT OF BRAND AWARENESS***

*(Survey to Students of SMK Keluarga Widuri)*

**Siti Fahrunnisa**

**1410411068**

***ABSTRACT***

*The results of this study is for conducted an answer the problems that exist in the background. Indoeskrim is one of the local ice cream brands. The purpose of this study is to determine the effect of Indoeskrim Ads Version "Legend Stories Archipelago" In Youtube Social Media Against Increasing Brand Awareness. The theory used in this research is Diffusion of Innovation Theory, understanding of advertising, advertising, advertising function, social media, youtube, ad attraction, and brand awareness. This research uses a quantitative approach and uses survey methods to carry out research by spreading the questionnaire. The sample used was 116 respondents. The result of regression analysis shows that, from the regression equation, the influence of the attraction of Indoeskrim version of "Legend of Nusantara Story" in Youtube Social Media has a positive and significant influence on Brand Awareness Improvement with percentage of 22.2%.*

***Keywords:*** *Ad Attraction, Brand Awareness, Diffusion of innovation Theory*