



**EFEKTIVITAS *TAGLINE* “HALAL DARI AWAL” PADA IKLAN  
TELEVISI KOSMETIK WARDAH TERHADAP  
PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE*  
(Survey Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir Rangkapan Jaya  
Baru Depok)**

**SKRIPSI**

**FEBRIANTO DWI ASMORO**

**1210411023**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2016**



**EFEKTIVITAS *TAGLINE* “HALAL DARI AWAL” PADA IKLAN  
TELEVISI KOSMETIK WARDAH TERHADAP  
PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE*  
(Survey Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir Rangkapan Jaya  
Baru Depok)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**

**FEBRIANTO DWI ASMORO**

**1210411023**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
2016**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Febrianto Dwi Asmoro  
NRP : 1210411023  
Tanggal : 25 Juli 2016

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Agustus 2016

Yang menyatakan



(Febrianto Dwi Asmoro)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,  
saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Febrianto Dwi Asmoro  
NRP : 1210411023  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**EFEKTIVITAS TAGLINE “HALAL DARI AWAL” PADA IKLAN TELEVISI KOSMETIK WARDAH TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND IMAGE (Survey Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir Rangkapan Jaya Baru Depok**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Agustus 2016

Yang menyatakan,



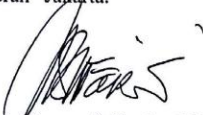
(Febrianto Dwi Asmoro)


## PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

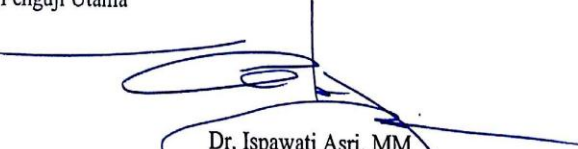
Nama : Febrianto Dwi Asmoro  
NRP : 1210411023  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan  
Judul Skripsi : Efektivitas *Tagline* “Halal Dari Awal” Pada Iklan Kosmetik Wardah Terhadap Pembentukan *Brand Image*.  
(Survey pada Ibu – Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir Rangkapan Jaya Baru Depok)


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

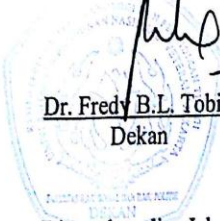
  
Dra. Masayu S Hanim, M.si  
Penguji Utama

  
Dra. Siti Maryam, M. Si  
Penguji Lembaga

  
Dr. Fredy B.L. Tobing  
Dekan

  
Dr. Ispawati Asri, MM  
Pembimbing

  
Damayanti, S.Sos, M. Si  
Ka. Progdi

  
Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 25 Juli 2016

**EFEKTIVITAS TAGLINE “HALAL DARI AWAL” PADA IKLAN TELEVISI  
KOSMETIK WARDAH TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND IMAGE  
(Survey Pada Ibu – Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir Rangkapan Jaya  
Baru Depok)**

**Ferbrianto Dwi Asmoro**

**Abstrak**

latar belakang penelitian ini menjelaskan mengenai pembentukan *brand image* kosmetik wardah terhadap maraknya penyebaran kosmetik yang berbahan tidak halal. Produk wardah menawarkan kosmetik yang berbahan halal dan mengutamakan kenyamanan pada konsumennya. Bahwa diketahui cara mempromosikan perubahan *tagline* melalui media televisi dari *inspiring beauty* menjadi halal dari awal. Hal ini membuat penulis melakukan penelitian efektivitas *tagline* “halal dari awal” terhadap pembentukan *brand image*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa efektif *tagline* “halal dari awal” pada iklan televisi kosmetik wardah terhadap pembentukan *brand image*. Teori yang digunakan penelitian ini komunikasi massa, periklanan, efektivitas *tagline* dan *brand image*. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian *eksplanatif* dengan metode survey. Sampel dalam penelitian ini adalah ibu – ibu pengajian komplek marinir Rangkapan Jaya Baru Depok yang mempunyai jumlah sebanyak 89 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan *probability sampling (Stratified Sampling)*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket yang disebarkan kepada responden serta observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *tagline* iklan televisi kosmetik wardah terhadap pembentukan *brand image* yang berada pada posisi 0,666 terletak pada angka 0,40 – 0,70 artinya memiliki pengaruh cukup berarti. Saran penulis adalah iklan kosmetik wardah dapat lebih berinovasi dalam membuat *tagline* versi barunya sehingga dapat menyajikan iklan yang berbeda dan lebih kreatif.

**Kata Kunci** : Efektivitas *tagline* “Halal Dari Awal”, Pembentukan *brand image*

**THE EFFECTIVE OF A TAGLINE “HALAL DARI AWAL” ON  
TELEVISION COSMETICS WARDAH THE ESTABLISHMENT OF  
BRAND IMAGE  
(Survey On Mothers Household Marinir Town House Rangkapan Jaya Baru  
Depok)**

**Febrianto Dwi Asmoro**

**Abstract**

The background this research describes of the establishment of brand image to the rampant spread of the cosmetics Wardah cosmetics that are not halal. Wardah product offering cosmetics that are halal and prioritizes comfort to consumers. That it is known how to promote change through the medium of television tagline of inspiring beauty to be halal from beginning This makes the author conducted research effectiveness tagline "halal from the beginning" to the establishment of brand image. The purpose of this study to find out how effective tagline "lawful from scratch" on the television advertising of cosmetics Wardah to the formation of brand image. The theory used this study mass communication, advertising, the effectiveness of the tagline and brand image. This research approach uses quantitative methods and types of research explanatif survey method. The sample in this study is the mothers marinir town house Rangkapan Jaya Baru Depok which have a total of as many as 89 respondents. Data collection techniques by using a questionnaire or a questionnaire distributed to respondents and observation. The results showed that there are significant between television advertising tagline Wardah cosmetics to the formation of brand image which stood at 0.666 lies in the numbers 0.40 to 0.70 it means to have a significant influence. Advice writer is Wardah cosmetics ads can be more innovative in making new versions tagline so that it can deliver ads that brbeda and more creative.

Keywords: Effectiveness tagline "Halal From the Beginning," Establishment of brand image

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak Februari 2016 ini adalah **“EFEKTIVITAS TAGLINE “HALAL DARI AWAL” PADA IKLAN TELEVISI KOSMETIK WARDAH TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE*”**. Berbagai hambatan serta kesulitan telah penulis hadapi, namun semuanya dapat penulis lalui berkat dorongan dan disemangati banyak pihak yang sangat membantu penulis untuk menyelesaikan proposal ini.

Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terimakasih yang dalam kepada Dr. Ispawati Asri. MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat. Disamping itu, ucapan terimakasih kepada kedua orang tua Ayahanda, Ibunda Kakak serta seluruh keluarga besar yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terimakasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan proposal skripsi ini.

Jakarta, 25 Juli 2016

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian .....	6
I.4 Manfaat Penelitian .....	6
I.5 Sistematik Penulisan .....	6
BAB II KERANGKA TEORI .....	8
II.1 Komunikasi Massa .....	8
II.2 Periklanan .....	12
II.3 Tagline .....	15
II.4 <i>Brand Image</i> .....	18
II.5 Kerangka Berpikir .....	21
II.6 Hipotesis .....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	22
III.1 Desain Penelitian .....	22
III.2 Populasi dan Sample .....	23
III.3 Teknik Penentuan Sampel .....	25
III.4 Teknik Pengumpulan Data .....	27
III.5 Oprasional Variabel .....	27
III.6 Teknik Analisis Data .....	30
BAB IV PEMBAHASAN .....	38
IV.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
IV.2 Hasil Penelitian .....	42
IV.3 Hasil Variabel X .....	44

IV.4 Hasil Variabel Y .....	52
IV.5 Analisis Efektivitas <i>Tagline</i> Wardah .....	55
IV.6 Analisis Pembentukan <i>Brand Image</i> .....	57
IV.7 Uji Korelasi .....	58
IV.8 Uji Determinasi .....	60
IV.9 Uji Regresi .....	61
IV.10 Uji Hipotesis .....	62
IV.11 Pembahasan .....	63
BAB V PENUTUP .....	67
V.1 Kesimpulan .....	67
V.2 Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tabel Jumlah Populasi .....	23
Tabel 2	Tabel Jumlah Sampel .....	26
Tabel 3	Oprasional Variabel X .....	28
Tabel 4	Oprasional Variabel Y .....	30
Tabel 5	Skala Likert.....	31
Tabel 6	Validitas Variabel X .....	32
Tabel 7	Validitas Variabel Y.....	33
Tabel 8	Nilai <i>Alpha Cronbach's</i> .....	34
Table 9	Reabilitas Variabel X .....	34
Tabel 10	Reabilitas Y .....	35
Tabel 11	Karakteristik Responden Usia .....	23
Tabel 12	Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir .....	43
Tabel 13	Karakteristik Responden Pekerjaan .....	44
Tabel 14	Jawaban Pernyataan Variabel X1 .....	44
Table 15	Jawaban Pernyataan Variabel X2 .....	45
Tabel 16	Jawaban Pernyataan Variabel X3 .....	46
Tabel 17	Jawaban Pernyataan Variabel X4 .....	46
Tabel 18	Jawaban Pernyataan Variabel X5 .....	47
Tabel 19	Jawaban Pernyataan Variabel X6 .....	48
Tabel 20	Jawaban Pernyataan Variabel X7 .....	48
Tabel 21	Jawaban Pernyataan Variabel X8 .....	49
Tabel 22	Jawaban Pernyataan Variabel X9 .....	49
Tabel 23	Jawaban Pernyataan Variabel X10 .....	50
Tabel 24	Jawaban Pernyataan Variabel X11 .....	51
Tabel 25	Jawaban Pernyataan Variabel X12 .....	51
Tabel 26	Jawaban Pernyataan Variabel Y1 .....	52
Tabel 27	Jawaban Pernyataan Variabel Y2 .....	53
Tabel 28	Jawaban Pernyataan Variabel Y3 .....	53
Tabel 29	Jawaban Pernyataan Variabel Y4 .....	54
Tabel 30	Jawaban Pernyataan Variabel Y5 .....	54
Tabel 31	Jawaban Pernyataan Variabel Y6 .....	55
Tabel 32	Penilaian Efektivitas <i>Tagline</i> .....	56
Tabel 33	Penilaian Pembentukan <i>Brand Image</i> .....	58
Tabel 34	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	59
Tabel 35	<i>Corelation</i> .....	59
Tabel 36	Analisis Hasil Uji Determinasi .....	60
Tabel 37	Analisis Hasil Uji Regresi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir .....	21
Gambar 2 Logo PT Paragon Technology and Innovation .....	38
Gambar 3 Logo Produk Kosmetik Wardah .....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Form A.2.2
Lampiran 2	Form A.5
Lampiran 3	Fotocopy KHS-KRS
Lampiran 4	Print Out Pembayaran
Lampiran 5	Fotovopy Ijazah SMA
Lampiran 6	Fotocopy Hasil TOEFL
Lampiran 7	Surat Permohonan Riset
Lampiran 8	Kuesioner Pernyataan
Lampiran 9	Hasil Kuesioner