

**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