

EFEKTIVITAS BILLBOARD IKLAN POCARI SWEAT DI JALAN PANCORAN TERHADAP PENINGKATAN *BRAND EQUITY*

(Survey kepada mahasiswa Universitas Sahid Jakarta)

Dedi Maulana

Abstrak

Latar belakang penelitian ini menjelaskan mengenai peningkatan *brand equity* pocari sweat terhadap banyaknya kompetitor minuman ion. produk pocari sweat yang dapat menghilangkan dehidrasi untuk memberikan cairan didalam tubuh manusia. bahwa diketahui cara mempromosikan produk ini dengan cara beriklan melalui media billboard. Hal ini membuat penulis melakukan penelitian efektivitas billboard iklan pocari sweat terhadap peningkatan *brand equity*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa efektif iklan billboard pocari sweat terhadap peningkatan brand equity. Teori yang di gunakan peneliti ini komunikasi massa, periklanan, iklan efektivitas, *brand equity*. pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian *eksplanatif* dengan metode survey. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sahid Jakarta fakultas ilmu komunikasi yang mempunyai jumlah responden sebanyak 318 orang. Teknik penarikan sampel menggunakan *cluster samplig* (daftar sampel). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket yang disebarakan kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara iklan pocari sweat terhadap peningkatan *brand equity*. Yang berada pada posisi 0,790 terletak pada angka 0,60 – 0,799 artinya memiliki pengaruh yang kuat. Saran penulis pada iklan pocari sweat khususnya iklan media luar ruang yaitu billboard agar lebih diperbanyak dan lebih kreatif.

Kata Kunci : Efektivitas billboard ikaln pocari sweat terhadap peningkatan *brand equity*