

## ABSTRAK

### PENGARUH IKLAN AUDIO TERHADAP *BRAND AWARENESS* BSya DI *COMMUTER LINE* JABODETABEK

Dhiya Tharra Saffanah Aldi

*Commuter line* kini tidak hanya menjadi sarana transportasi, tetapi juga menjadi sarana promosi yang potensial mengingat setiap harinya dipenuhi oleh penumpang. Akan tetapi, beragam kegiatan yang dilakukan oleh para penumpang menimbulkan distraksi yang membuat iklan audio menjadi dipertanyakan efektivitasnya dalam mempengaruhi *brand awareness*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara iklan audio BSya terhadap *brand awareness* penumpang *commuter line* Jabodetabek. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Elaboration Likelihood Model*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 101 responden yang merupakan pengguna *commuter line* pada bulan Juli-Desember 2025 serta pernah mendengar iklan audio BSya. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara iklan audio BSya terhadap *brand awareness* penumpang *commuter line* Jabodetabek sebesar 54,4%. Pemrosesan pesan dengan menggunakan jalur periferai tetap mampu membentuk *brand recognition* secara kuat meskipun dilakukan tanpa evaluasi pesan secara mendalam. Temuan ini menunjukkan bahwa iklan audio tetap dapat menjadi strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam membentuk *brand awareness* pada transportasi publik.

**Kata kunci:** iklan audio, iklan transit, KRL, kesadaran merek.

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF AUDIO ADVERTISEMENTS ON BSYA BRAND AWARENESS ON THE JABODETABEK COMMUTER LINE***

**Dhiya Tharra Saffanah Aldi**

*Commuter trains are now not only a means of transportation but also a potential promotional tool, given that they are filled with passengers every day. However, the various activities passengers engage in create distractions that call into question the effectiveness of audio ads in influencing brand awareness. This study was conducted to determine the effect of BSya audio advertisements on brand awareness among Jabodetabek commuter line passengers. The theory used in this study is the Elaboration Likelihood Model. The research design employed was an explanatory quantitative study, with data collected via a questionnaire distributed to 101 respondents commuter line users between July-December 2025 who had heard BSya's audio advertisements. The results of the study show that BSya's audio advertisements had a significant impact on brand awareness among Jabodetabek commuter line passengers, at 54.4%. Message processing via the peripheral route was still able to build strong brand recognition even without in-depth evaluation of the message. These findings indicate that audio advertisements can still serve as an effective marketing communication strategy for building brand awareness in public transportation.*

**Keywords:** *audio advertising, brand awareness, commuter line, transit advertising.*