

# **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI PRODUK HARPIC DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

**(Survei pada Ibu – Ibu PKK Kampung Damai Musyawarah,  
Kelurahan Pondok Labu, Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan)**

**Annisa Cilvia Laras Sari**

**1310411006**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang. Harpic merupakan salah satu merek cairan pembersih toilet yang sangat ampuh untuk menghilangkan semua jenis kuman yang ada pada kloset (WC). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik iklan Harpic dalam meningkatkan *brand awareness*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, komunikasi massa, media massa, media televisi, iklan, daya tarik iklan dan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei untuk melaksanakan penelitian dengan menyebar kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 98 responden. Hasil penelitian menunjukkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t, diperoleh t hitung yaitu sebesar  $7,705 > t$  tabel  $1,66055$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulannya adalah bahwa daya tarik iklan televisi produk Harpic memberikan pengaruh dalam meningkatkan *Brand Awareness*. Saran untuk produsen Harpic, dalam membuat iklan hendaknya harus lebih memperhatikan musik atau *jingle* iklan sehingga dapat lebih menarik konsumen dan dapat meningkatkan kesadaran merek terhadap produk Harpic.

**Kata Kunci :** Periklanan, Daya tarik iklan, Produk Harpic, *Brand Awareness*

**INFLUENCE OF POWER ADVERTISING TELEVISION OF  
HARPIC PRODUCTS IN IMPROVING *BRAND AWARENESS*  
(Survey on Ibu – Ibu PKK Kampung Damai Musyawarah,  
Kelurahan Pondok Labu, Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan)**

**Annisa Cilvia Laras Sari**

**1310411006**

**Abstract**

This research is conducted to report on the problem statement previously written in the background. Harpic is one brand of toilet cleaning fluid that is very powerful to remove all types of germs in the toilet (WC). The purpose of this research is to determine how much influence between the attractiveness of advertising Harpic in improving brand awareness. Theories such as communication, mass communication, mass media, television media, advertisement, ad attraction and brand awareness. This type of research is quantitative and uses survey methods to carry out research by spreading the questionnaire. The sample used is 98 respondents. The results showed the results of hypothesis testing using t test, obtained t calculate that is equal to  $7,705 > t \text{ table } 1,66055$ , then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted. The conclusion is that the attractiveness of television advertising Harpic products give effect in improving Brand Awareness. Suggestions for Harpic producers, in making advertising should pay more attention to music or jingle ads so as to better attract consumers and can increase brand awareness of Harpic products.

**Keyword :** Advertising, Ad attraction, Harpic Products, Brand Awareness