

ABSTRAK

Perkembangan minuman isotonic di Indonesia akhir-akhir ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. PT Amerta Indah Otsuka sebagai salah satu perusahaan penyedia produk konsumsi kesehatan mengeluarkan berbagai macam produk konsumsi kesehatan salah satunya adalah Pocari Sweat. Seiring dengan berkembang pesatnya industry minuman isotonic di Indonesia, membuat para perusahaan tersebut saling berlomba untuk mendapatkan hati para konsumen. Salah satu cara yang sering digunakan oleh perusahaan adalah melalui periklanan.

Iklan bertujuan untuk mengenalkan, membujuk dan mengingatkan pembeli mengenai keberadaan suatu produk sekaligus meningkatkan penjualan. Stimulus iklan antara lain; ukuran dan visual, efek suara dan music, tokoh / figure, bahasa dalam periklanan, ilustrasi cerita, durasi standar di gunakan untuk penguat merk dan penyampaian pesan-pesan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh stimulus iklan Pocari Sweat JKT48 versi “*Presentation*” di Media Televisi Terhadap *Brand Awareness* pada masyarakat kota Bandung. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Variabel bebas, yakni Stimulus Iklan Media Televisi (X) serta variabel terikat *Brand Awareness* (Y).

Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Bandung sebanyak 100 responden. Penetapan responden menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode *sampling Insidental*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. Data yang diperoleh diolah dan di uji dengan aplikasi (*SPSS*) versi 20.0 *for window*.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan regresi linear sederhana diketahui bahwa stimulus iklan media televisi mempengaruhi *brand awareness* sebesar 42,5% dan sisanya 57,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yang artinya bahwa Stimulus iklan pocari sweat JKT48 veri “*presentation*” di media televisive berpengaruh secara signifikan terhadap *brand awareness* pada masyarakat kota Bandung.

Kata Kunci: Stimulus Iklan Media Televisi, *Brand Awareness*

ABSTRACT

The development of beverage isotonic in Indonesia recently showed the development of which very fast. PT Amerta Indah Otsuka as one of the company product health provider consumption issued several products consumption health one of them is pocari sweat. Along with illegality one of those drink isotonic industry in Indonesia make the companies are competing to gain the liver customers. One way that is often used by the company is through advertising.

Advertising aimed to introduce, persuade and given the buyer regarding the existence of a product and increase sales. A stimulus advertising among others; size and visual, sound effect and music, figure, a language in advertising, illustration story, the duration of a standard in use for a reminder brand and submission of message by the company. Research is aimed to know the influence of a stimulus advertising Pocari Sweat JKT48 version "Presentation" in the media television against brand awareness in society city in Bandung. Variable used in this research covering variable independent Stimulus Television Advertising Media (X) and variable dependent Brand Awareness (Y).

The technique of collecting data to the spread of a questionnaire and sample used in this research is people city in Bandung respondents as many as 100. The determination of respondents had to use sampling techniques non-probability with the methods of sampling incidental. A method of analysis used in the quantitative analysis and analysis id descriptive. The data processes and test by the application of (SPSS) version 20.0 for a window.

The result of reckoning by the use of simple linear regression known that the stimulus television advertising media affected brand awareness of 42,5% and the rest 57,5% influenced by other variable that is not included in this research which means that the stimulus advertising pocari sweat JKT48 version "presentation" in the media television influential significantly against brand awareness in society city of Bandung.

Key Word: *Stimulus Television Advertising Media , Brand Awareness*