

ABSTRAK

Persaingan E-commerce yang semakin ketat dalam menarik pelanggan baru di Indonesia, membuat beberapa E-commerce seperti Tokopedia, Shopee Lazada dan yang lainnya berlomba dalam memberikan suguhan iklan yang menarik. Salah satunya yakni Tokopedia dengan iklan Waktu Indonesia Belanja bersama Musisi Internasional yakni BTS di iklan Tokopedia periode November 2021. Iklan tersebut pun sangat viral atau menjadi perbincangan hangat di masyarakat khususnya penggemar dari BTS sendiri di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh tayangan iklan Tokopedia versi BTS terhadap brand image atau citra merek Tokopedia itu sendiri. Populasi penelitian ini adalah komunitas Army BTS Kota Tangerang yang pernah menonton iklan tersebut. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* menggunakan *software* G-Power sehingga menghasilkan jumlah responden dalam penelitian ini yakni 200 orang responden. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner dengan analisis data yaitu menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh iklan Tokopedia versi BTS positif berpengaruh dan signifikan terhadap citra merek Tokopedia itu sendiri.

Kata Kunci: Iklan, BTS, Tokopedia, Brand Image, Komunikasi