

## ABSTRAK

Persaingan pasar yang ketat menuntut produsen untuk mengiklankan produknya agar dikenal oleh masyarakat. Iklan merupakan sarana pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan dari produsen ke konsumen. Media periklanan yang banyak digunakan oleh produsen adalah iklan televisi dengan kelebihanannya yang dapat menjangkau konsumen secara luas menggunakan teknik-teknik penyampaian seperti pesan iklan, sehingga mudah dipahami dan dikenal oleh masyarakat.

Salah satu fungsi iklan adalah memberi informasi dan mengingatkan masyarakat tentang keberadaan suatu produk, sehingga dapat membentuk *brand awareness* dibenak konsumen. Berdasarkan alasan tersebut, penelitian ini dibuat untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap *brand awareness* suatu produk. Dan objek yang diteliti pada penelitian ini adalah iklan televisi modem bolt versi “Vincent dan Desta masak mi” yang merupakan produk baru sehingga sangat membutuhkan iklan untuk membentuk *brand awareness*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanasi ataupun survey langsung kepada masyarakat. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada masyarakat yang dijadikan sebagai responden dan sumber utama dalam penelitian ini. Pembahasan dalam penelitian ini adalah menguji hipotesis serta besar pengaruh antara iklan terhadap *brand awareness* pada setiap indikatornya, dengan menggunakan perhitungan analisis yang relevan.

Hasil menunjukkan bahwa iklan televisi modem bolt versi “Vincent dan Desta masak mi” memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap *brand awareness* modem bolt berdasarkan pesan yang disampaikan oleh perusahaan dengan menunjukkan kebaruan dan keaslian konsep iklan, memancing rasa ingin tahu konsumen, menunjukkan logo, slogan dan tagline modem bolt dalam iklan tersebut.

**Kata Kunci :** Iklan Televisi, kuantitatif, *brand awareness*