

ABSTRAK

Iklan merupakan bentuk promosi terhadap barang dan jasa, iklan di sampaikan melalui media massa dan media sosia, iklan selalu mengandung *Tagline atau slogan* yang dibuat untuk memudahkan konsumen mengingat produk dan sekaligus menunjukkan citra merek tersebut. *Brand Awarnees* terbentuk dari kemampuan konsumen dalam Mengenali atau mengingat sebuah merek dari nama, gambar, dan *Tagline* brand tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa pengaruh *Tagline “Feel The Beauty”* terhadap *Brand Awareness* kosmetik wardah pada followers Instagram @Wardahbeauty. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Populasi pada penelitian ini merupakan pengikut Instagram @Wardahbeauty dan mengetahui tagline kosmetik wardah. Melalui perhitungan dengan tingkat kesalahan 0,5% diperoleh sampel sebanyak 400 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *non-probability sampling* dan dengan metode *purposive sampling*. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan menggunakan koefisien determinasi dan uji t lalu dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana melalui SPSS IBM versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tagline “Feel The Beauty” (X) termasuk ke dalam kategori tinggi atau mendapatkan respon positif dengan nilai presentase sebesar 75,15% dan variabel Brand Awareness Pembalut Charm Body fit (Y) berdasarkan hasil penelitian juga mendapatkan respon positif dengan nilai presentase sebesar 80,95%. Berdasarkan perhitungan hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa *Tagline “Feel The Beauty”* berpengaruh terhadap Brand Awareness kosmetik wardah sebesar 61%.

Kata kunci : *Tagline, Brand Awareness*