

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) RIZKA APRILLIANI (915150148)

**(B) PENGARUH *BRAND IMAGE* JUDUL PROGRAM TERHADAP MINAT
UNTUK MENONTON PROGRAM TALKSHOW TONIGHT SHOW
NET TV**

(C) xvi + 72 hlm, 2019, tabel 36, gambar 6, lampiran 6

(D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak:

Citra merek (*brand image*) adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan dalam asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. Sedangkan pengertian minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan yang disukai oleh individu. Tonight Show menjadi program acara yang memiliki minat menonton pada pengaruh tampilan acara, dan pembawa acara Tonight Show. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey terhadap responden di Taman Royal 2 Kota Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *brand image* terhadap minat menonton program talkshow Tonight Show yang kuat, dibuktikan oleh koefisien korelasi sebesar 0,732. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, di dapat bahwa pengaruh *brand image* terhadap minat untuk menonton program talkshow Tonight Show memiliki pengaruh yang kuat yaitu sebesar 53,5%. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap minat untuk menonton pada uji T didapati bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata kunci: *Brand Image*, Minat Menonton, Talkshow

(E) Daftar Pustaka 18 (2005-2017)

(F) (Muhammad Gafar Yoedjadi Drs., M.Si.)