

**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 survei 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, didapat 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 didapatkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.

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

- (E) Daftar Pustaka 18 (2005-2017)**
(F) (Muhammad Gafar Yoedtadi Drs., M.Si.)