

ABSTRAK

Wallpainting merupakan media yang sedang populer digunakan oleh perusahaan operator seluler sebagai salah satu periklanan luar ruang. Media ini pun banyak digemari oleh perusahaan karena harganya murah. Penelitian ini membahas tentang *wallpainting* milik Indosat yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* tentang Indosat. Namun, dikarenakan masih tergolong baru, belum ada penelitian yang membuktikan bahwa *wallpainting* dapat meningkatkan *brand awareness*.

Dengan demikian, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media *wallpainting* dengan *brand awareness* Indosat. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode korelasional. Responden yang dipilih adalah 400 penumpang depan dan supir pengendara mobil yang mengakses jalan tol Purbaleunyi. Analisis data yang digunakan yaitu korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan aplikasi SPSS versi 18 (PASW).

Hasil penelitian pengujian korelasi *Pearson Product Moment* membuktikan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan *wallpainting* dengan *brand awareness* Indosat, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.092. walaupun, tanggapan responden terhadap *wallpainting* maupun *brand awareness* berada dalam kategori baik.

Kata Kunci: periklanan, iklan luar ruang, *wallpainting*, logo, *brand*, *brand awareness*.

ABSTRACT

Wallpainting is a popular media that is being used by mobile operators as one of the outdoor advertising space. This media is also much favored by companies because they are cheap. This research discusses wallpainting Indosat which aims to increase the brand awareness of Indosat. However, due to the still relatively new, there is no research that proves that wallpainting can increase brand awareness.

Thus, this research aims to determine the correlation between Indosat wallpainting media with brand awareness of Indosat. This research is quantitative that use correlation method. Respondents selected were 400 car drivers and passangers who sitting in the front who access Purbaleunyi highway. Data analysis process use the Pearson Product Moment Correlation with SPSS 18 (PASW) application.

The results of Pearson Product Moment Correlation test conclude that there is no significant correlation between wallpainting with brand awareness of Indosat, with the value of the correlation coefficient is 0.092. though, respondents opinion of wallpainting (X variable) and brand awareness (Y variable) are good.

Keywords: advertising, outdoor advertising, wallpainting, logo, brand, brand awareness.