

INTISARI

Iklan adalah salah satu cara yang digunakan oleh pemasar untuk memasarkan produk. Iklan memainkan peranan penting karena bisa mempengaruhi *brand image* suatu produk. Banyak cara yang dilakukan operator seluler untuk membuat iklan televisi yang menarik, salah satunya dengan ide-ide kontroversial, salah satunya yang mendapat tanggapan kontroversial adalah iklan XL versi “Beneran Murahnya dari menit pertama”. Dengan melihat hasil sigi awal, dapat dilihat bahwa ada kecenderungan iklan televisi XL versi “Beneran Murahnya dari menit pertama”., berpengaruh terhadap *brand image* XL, karena merek XL dipersepsikan sebagai operator GSM yang murah sehingga anak kecil yang lugu dan jujur dengan polos menyatakan bahwa tarif XL memang murah.

Konsep iklan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut Rossiter dan Percy (1987:209), yaitu: *heards words and sound effect, music, seen words, picture, colors, dan movement*. Sedangkan elemen pengukuran *brand image* yang digunakan adalah tiga faktor pembentuk *brand image* menurut Keller (2005:p.183), yaitu: *favorability of brand associations, strength of brand associations dan uniqueness of brand associations*.

Hasil analisis data keseluruhan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh iklan XL versi “Beneran Murahnya dari menit pertama” terhadap *brand image* XL berdasarkan persepsi pemirsa televisi di Surabaya. Hal ini terlihat dari hasil analisis regresi linier dengan persamaan regresi yang bernilai positif. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan regresi linier sederhana dapat diketahui besarnya pengaruh iklan terhadap *brand image* adalah sebesar 0,712, berarti apabila iklan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan skor persepsi maka *brand image* akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,712 satu satuan skor persepsi.

Kata kunci: iklan televisi, musik, gambar, warna, merek

ABSTRACT

Advertising is one of ways used by marketer to market a product. Advertising plays an important role because it can affect brand image of a product. There are many ways did by celuller operator to make an television advertisement that interesting, one of the ways is by using controversial ideas, like XL's advertisement called "Beneran Murahnya dari merit pertama". Pre-research shown that there is a tendention that XL's television advertisement called "Beneran Murahnya dari merit pertama" effect brand image of XL, because XL brand is perceive as cheap GSM operator so a honest child can says that XL really offers cheap tariff.

Advertising concepts used in this research are according to Rossiter and Percy (1987:209): hears words and sound effect, music, seen words, picture, colors, and movement. While brand image measurement elements used are threee factor form brand image according to Keller (2005:p.183): favorability of brand associations, strength of brand associations and uniqueness of brand associations.

The research overall result that there is effect that XL's advertisement called "Beneran Murahnya dari merit pertama" on XL's brand image based on viewer's perception in Surabaya. This is shown from linier regression analysis with positive regression formulation. Based on data processing result with simple linier regression shown that advertisement effect on brand image is 0,712, means that if advertisement go up or down one perception score, then brand image will go up or down 0,712 perception score.

Keywords: television advertisement, music, picture, colors, brand image