

## ABSTRAK

Dewasa ini industri periklanan semakin menggeliat dengan banyaknya *advertising agency*. Salah satu media yang banyak digunakan adalah iklan televisi. Hal ini karena media televisi dapat menjangkau masyarakat luas yang bahkan tidak mampu dijangkau oleh media cetak. Masyarakat juga semakin pintar dan cerdas dalam menerima pesan iklan. Hal ini membuat perusahaan berlomba-lomba membuat iklan yang menarik untuk produknya agar masyarakat memberi perhatian lebih sehingga memberi kesan terhadap pemirsa televisi. Tujuan utama dari media iklan ini tentu untuk meningkatkan *brand image* yang akhirnya merangsang tindakan pembelian terhadap produk perusahaan. Hipotesis menunjukkan bahwa diduga iklan berpengaruh terhadap *brand image* berdasarkan pemirsa televisi di Surabaya. Penelitian ini menggunakan studi kausal dengan obyek penelitian iklan AXE Dark Temptation versi "*Chocolate man*". Elemen iklan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *Heard words and sound effect (voice), Music, Seen Words, Pictures, Colors, Movement*. Begitu pula pada elemen *brand image* yang terdiri atas : *Favorability of brand association, Strength of brand associations* dan *Uniqueness of brand association*. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan analisis regresi linier sederhana yang menghasilkan nilai koefisien regresi (b) positif dimana merupakan estimator yang signifikan karena telah melalui pengujian hipotesis dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah iklan AXE Dark Temptation berpengaruh terhadap *brand image* berdasarkan persepsi pemirsa televisi di Surabaya.

Kata kunci : iklan dan *brand image*