

ABSTRAK

Obat flu merek Sanaflu pada tahun 1997 merupakan iklan yang paling diingat dan merupakan iklan yang paling disukai. Pada tahun 1999 Sanaflu merupakan merek terpopuler pada kategori obat flu. Tayangan periklanan Sanaflu pertama kali diperankan oleh Deden Kuswanda yang memerankan penjual sate Madura dengan kata kunci *Flu boleh, kerja jalan terus*. Dengan periklanan yang begitu menarik dan mempunyai ciri khas dengan slogannya menyebabkan kesadaran konsumen terhadap merek Sanaflu tinggi, hal ini dibuktikan bahwa kesadaran merek (*brand awareness*) Sanaflu mencapai 25,4% jauh mengungguli peringkat dibawahnya yaitu Ultra Flu dan Procold yang sama-sama meraih 11,4%. Pada saat ini tayangan periklanan Sanaflu di televisi terdapat dua versi cerita yaitu Kondaktur bis yang diperankan oleh Leysus salah seorang anggota ketoprak humor dan seorang pengusaha yang sedang melakukan kegiatan memasak bersama istrinya diperankan oleh aktor sinetron Jeremy Thomas. Pergantian periklanan (penggantian tokoh dan alur cerita) ini bertujuan agar supaya obat flu merek Sanaflu yang sudah begitu dikenal mampu meraih hasil yang lebih baik di masa yang akan datang.

Variabel yang digunakan dalam mengukur hubungan antara periklanan dengan kesadaran merek adalah variabel periklanan dan variabel kesadaran merek (*brand awareness*). Variabel periklanan ditinjau dari enam elemen periklanan yaitu *heard words, music, seen words, pictures, color* dan *movement*. Variabel kesadaran merek ditinjau dari *brand recognition* dan *brand recall*.

Dari hasil penelitian, ditinjau dari enam elemen periklanan tersebut, periklanan Sanaflu versi Leysus lebih baik dibandingkan dengan periklanan Sanaflu versi Jeremy Thomas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih menyukai periklanan versi Leysus dibandingkan dengan periklanan Sanaflu versi Jeremy Thomas. Periklanan Sanaflu versi Leysus mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kesadaran merek. Semakin baik tanggapan responden terhadap periklanan maka akan semakin tinggi pula kesadaran konsumen terhadap merek. Salah satu faktor yang terpenting yang mempengaruhi responden agar mempunyai kesadaran merek atas kategori produk obat flu merek Sanaflu adalah kejelasan dan menariknya iklan produk tersebut, sehingga periklanan Sanaflu versi Leysus pengaruhnya lebih besar dibandingkan dengan periklanan Sanaflu versi Jeremy Thomas.

Dengan terus menerus melakukan periklanan yang menarik maka diharapkan akan dapat menciptakan kesadaran merek pada benak konsumen, khususnya pemirsa televisi.