

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya strategi dalam pemasaran sangat memegang peranan penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu dari sekian banyak masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Masalah utama yang dihadapi perusahaan yaitu berhubungan dengan pemasaran produk yang dihasilkan. Terlebih lagi apabila menjual produk yang sama dengan perusahaan sejenis yang menyebabkan semakin ketatnya persaingan dalam merebut pasar sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan cara yang lebih agresif dan tepat sasaran dalam menghadapi persaingannya. Dengan persaingan itu sendiri tidak lepas dari kemungkinan untuk memenangkan dengan berbagai cara selagi cara tersebut masih dianggap relevan dan cara tersebut akan dinilai sendiri oleh masyarakat sebagai konsumen dari produk yang mereka tawarkan. Disamping itu perusahaan harus terus memiliki inovasi dalam mempromosikan suatu produk agar dapat dikenal oleh masyarakat dan masyarakat tertarik dengan produk yang diiklan melalui televisi.

Kegiatan promosi sangat penting dilakukan oleh perusahaan dikarenakan promosi merupakan suatu bagian dari kegiatan bauran pemasaran yang terdiri atas perencanaan produk atau jasa, penetapan harga, penentuan jalur distribusi, dan kegiatan promosi produk atau jasa, apabila tidak diikuti

dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui upaya-upaya promosi, maka produk atau jasa tersebut tidak akan dikenal atau lambat dikenal sehingga perusahaan dapat menderita kerugian apabila produk atau jasa yang dihasilkannya tidak dipromosikan dengan cara yang tepat. Dengan komunikasi yang efektif maka perusahaan dapat membangun hubungan yang erat dengan konsumennya.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000:300) berpendapat jika sebuah perusahaan yang memutuskan menggunakan selebriti untuk mempromosikan produk dan jasanya mempunyai pilihan dengan menggunakan selebriti untuk memberikan pernyataan, atau dukungan, sebagai seorang aktor dalam iklan, atau sebagai juru bicara. Sedangkan Shimp (2000:460) juga mengemukakan jika para bintang televisi, aktor film, para atlet terkenal, dan pribadi-pribadi yang telah mati digunakan secara luas di dalam iklan.

Dalam membangun merek (*brand awareness*), langkah pertama yang harus dilakukan yaitu merek tersebut harus dikenalkan dulu kepada konsumen, sehingga konsumen dapat mengetahui keberadaan merek tersebut, mengenal merek tersebut dengan baik, dan akhirnya merek tersebut dapat melekat kuat dibenak konsumen. Salah satu cara menyampaikan informasi tentang merek dari suatu produk adalah melalui iklan (Ridwansyah, 2005).

Iklan yang menarik adalah iklan yang mempunyai daya tarik, yaitu memiliki kemampuan untuk menarik perhatian pasar (*audience*) sasaran. Daya tarik iklan atau *power of impression* dari suatu iklan adalah seberapa besar iklan mampu memukau atau menarik perhatian pemirsanya (Indriarto, 2006).

Produk Vaseline Man merupakan produk pembersih wajah yang sering muncul dalam iklan media televisi yang dibintangi seorang musisi yaitu Ariel Noah. Adanya seorang tokoh musisi yang terkenal diharapkan dapat mendongkrak penjualan produk agar lebih dikenal oleh masyarakat terutama kaum laki-laki yang menidolakan seorang Ariel Noah, dalam iklannya seorang Ariel Noah dengan mengendarai sepeda motor banyak debu yang beterbangan disekitarnya dan mengucapkan "Biar muka tampak bersih serta nampak cerah" gunakan Vaseline Man sambil mencuci muka biar tampak bersih".

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul "ANALISIS PENGARUH BINTANG IKLAN DAN JINGLE IKLAN TERHADAP DAYA INGAT KONSUMEN TENTANG PRODUK "VASELINE MEN" (Studi Kasus Pada Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo).

B. Perumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh bintang iklan terhadap daya ingat konsumen Vaseline Men di Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo?
2. Apakah ada pengaruh jingle iklan terhadap daya ingat konsumen Vaseline Men di Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh bintang iklan terhadap daya ingat konsumen Vaseline Men di Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo
2. Untuk mengetahui pengaruh jingle iklan terhadap daya ingat konsumen Vaseline Men di Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini merupakan salah satu dari pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya di bidang periklanan sebagai media promosi suatu produk atau jasa.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan acuan dalam merumuskan strategi pemasaran khususnya dalam bidang promosi untuk menunjang keberhasilan perusahaan di masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini menguraikan dari setiap bab, adapun uraiannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang pengertian pemasaran, pengertian variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang kerangka pemikiran, hipotesis, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil analisis dari penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**