

ABSTRAKSI

M. Iqra' Ramlie, Nomor Induk Mahasiswa 152130046, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, Judul penelitian "Analisis Pengaruh Elemen Iklan Televisi terhadap *Brand Image*" (Studi pada Pelanggan Pamela 6 Jalan Raya Candi Gebang Depok, Sleman, Yogyakarta), 2018. Dosen Pembimbing I Susanta dan Dosen Pembimbing II Suratna.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Heard words and Sound Effect, Music, Seen Words, Picture, Colour, dan Movement* terhadap *Brand Image*. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif dengan pendekatan metode *explanatory research* dan sumber data primer. Teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Pamela 6 Jalan Raya Candi Gebang, Depok, Sleman Yogyakarta yang pernah menyaksikan iklan Shampo Pantene 2in1 Anti Dandruff. Ukuran sampel sebanyak 69 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial meliputi analisis regresi berganda. Uji hipotesis menggunakan uji f dan uji t dengan taraf signifikansi 10%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Heard words and Sound Effect, Music, Seen Words, Picture, Colour, dan Movement* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* ($F_{hitung} 46,873 > F_{tabel} 1,82$). Variabel *Heard words and Sound Effect* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* ($t_{hitung} 5,162 > t_{tabel} 1,671$). Variabel *Music* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Brand Image* ($t_{hitung} 0,700 < t_{tabel} 1,671$). Variabel *Seen Words* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* ($t_{hitung} 4,975 > t_{tabel} 1,671$). Variabel *Picture* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* ($t_{hitung} 7,655 > t_{tabel} 1,671$). Variabel *Colour* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Brand Image* ($t_{hitung} 0,936 < t_{tabel} 1,671$) dan variabel *Movement* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* ($t_{hitung} 2,444 > t_{tabel} 1,671$).

Berdasarkan penelitian ini, yang harus dilakukan PT. P&G sebagai produsen shampo Pantene adalah meningkatkan kualitas suara dalam iklan shampo Pantene. Menggunakan musik yang dikenal oleh khalayak umum dalam iklan, sehingga musik yang digunakan mudah dikenali oleh pemirsa televisi. Memperjelas serta memperbesar huruf/kata-kata yang ditampilkan dalam iklan sehingga pemirsa televisi mudah membaca huruf/kata-kata yang ditampilkan dalam iklan televisi. Menggunakan bintang iklan yang lebih cantik dan berkredibilitas sehingga mampu memperkuat rasa percaya pemirsa televisi pada produk shampo Pantene. Menggunakan warna yang padu dalam sisi *visual* iklan sehingga dapat merangsang emosi pemirsa televisi dan memperunik adegan yang ditampilkan dalam iklan shampo Pantene, sehingga mampu tertanam dibenak pemirsa televisi.

Kata kunci: *Heard words and Sound Effect, Music, Seen Words, Picture, Colour, Movement dan Brand Image.*