

Evaluasi efektivitas iklan televisi kendaraan Suzuki APV

Irwan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=96002&lokasi=lokal>

Abstrak

PT Indomobil Suzuki Internasional (PT. ISI) adalah salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia dan PT. ISI selaku pemegang merek Suzuki telah memasarkan mobil Suzuki APV ke seluruh daerah di Indonesia maupun ke mancanegara. Seperti yang dilakukan para pesaingnya, PT. ISI berupaya untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran yang efektif, yang diwujudkan dalam serangkaian kegiatan-kegiatan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan di berbagai media, termasuk media televisi.

Mengingat biaya yang telah dikeluarkan PT. ISI untuk pemasangan iklan di televisi relative besar, maka sangat perlu dilakukan evaluasi terhadap efektivitas iklan televisi kendaraan Suzuki APV di televisi. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas iklan televisi kendaraan Suzuki APV. Disamping itu, tujuan lain penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai image terhadap kendaraan Suzuki APV dan untuk memperoleh gambaran mengenai atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh target pasar Suzuki dalam menentukan pilihan produk-produk kendaraan, yang penting diketahui karena dapat digunakan sebagai acuan dalam pembuatan iklan, selanjutnya agar dapat lebih efektif.

Iklan kendaraan Suzuki APV di televisi yang diukur efektivitasnya dalam penelitian ini adalah iklan versi Tora Sudiro. Pengukuran efektivitas iklan ini dilakukan menggunakan posttesting (evaluasi pasca iklan) untuk mengukur tahapan yang mengarah pada penjualan, yang meliputi komunikasi, perubahan sikap, dan perubahan perilaku pembelian, dengan pengukuran communication effectiveness yang mengukur sejauh mana iklan dapat diingat oleh audience, attitudinal effectiveness yang mengukur perubahan sikap dan intensi membeli konsumen dan behavioral effectiveness yang mengukur perubahan perilaku pembelian konsumen dengan kerangka model hierarch of Effect.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan melakukan survey terhadap 100 orang responden dengan wilayah pengambilan sampel di Jakarta dan sekitarnya. Pemilihan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan prosedur pengambilan sampel judgmental sampling. Kriteria responden dalam survey ini adalah disesuaikan dengan kriteria populasi, yaitu target pasar Suzuki yakni pria wanita dengan SES A dan 13 (pengeluaran keluarga rata-rata per bulan di atas Rp 1. 250.000,-) yang berusia diatas 25 tahun dan dibawah 55 tahun.

Berdasarkan hasil survey, segi communication effectiveness, Iklan televisi kendaraan Suzuki APV versi Tara Sudiro dinilai cukup efektif dari segi communication effectiveness karena iklan tersebut dapat diingat dan dikenali oleh sebagian besar responden yang telah melihat iklan tersebut, dan pesan utama yang ingin disampaikan oleh Suzuki dapat ditangkap dengan cukup baik oleh mayoritas responden.

Ad awareness terhadap iklan kendaraan Suzuki APV versi Tora Sudiro juga dinilai relatif baik, karena mayoritas responden menyebutkan iklan tersebut menampilkan kendaraan yang lega dan endosernya gampang diingat yaitu Tora Sudiro.

Dari segi attitudinal effectiveness, secara umum iklan Suzuki APV versi Tora Sudiro dinilai masih cukup efektif karena dapat memberikan pengaruh perubahan sikap responden dimana responden sebagian besar percaya akan produk Suzuki APV.

Dan segi behavioral effectiveness, secara umum iklan Suzuki APV versi Tora Sudiro dinilai masih kurang efektif karena belum mampu mendorong perubahan perilaku konsumen seperti yang diinginkan produsen mobil Suzuki, yaitu ketertarikan untuk membeli Suzuki APV.

Image yang paling kuat dimiliki Suzuki APV image sebagai mobil yang cocok untuk keluarga (mean score 4.29), merek perusahaan terkenal (mean score 4.03), kendaraan serba guna (mean score 3,99) dan suku cadang mudah di dapat (mean score 3,84). Sedangkan image paling rendah yang dimiliki Suzuki APV berdasarkan survey ini adalah image sebagai mobil yang memiliki teknologi canggih (mean score 3,29), nilai jualnya tinggi (mean score 3,06) dan mobil yang larinya kencang (mean score 2,98).

Berdasarkan temuan survey ini, saran untuk iklan TV Suzuki APV selanjutnya

? Mengingat brand awareness Suzuki APV sudah relatif baik, upaya komunikasi pemasaran dalam iklan selanjutnya, selain untuk maintain awareness, sebaiknya dititikberatkan untuk mendorong perilaku konsumen menuju jenjang berikutnya pada hierarchy of effect

? Penayangan iklan di televisi sebaiknya lebih menekankan pada frekuensi daripada durasi, ? Kekurangan produk yang dipersepsikan oleh responden ini harus menjadi sebuah catatan, jika hal tersebut benar-benar merupakan kekurangan produk, maka secara teknis akan menjadi catatan bagi penyempurnaan produk yang akan datang. Namun jika hal tersebut hanya merupakan persepsi dari konsumen, maka harus diluruskan dengan komunikasi yang berbeda dengan menyampaikan fitur produk sesungguhnya.

? Sebaiknya Suzuki APV juga secara periodik menayangkan iklan yang berisi keunggulan fitur-fitur kendaraan baik dari sisi interior, eksterior dan kecanggihan performa mesin kendaraan.

PT. Indomobil Suzuki International (PT. ISI is one of the company biggest automotive in Indonesia and PT. ISI as owner of brand of Suzuki have marketed car of Suzuki APV to entire area in Indonesia and also to foreign countries. Such as those which is also conducted by all its competitor, PT. ISI cope to conduct effective marketing communications strategy which realized by with refer doing activities of marketing communications, including advertisement in various media, including television media.

Considering expense which have been released by PT. ISI for the installation of advertisement in big relative televise, hence very require to evaluate to television advertisement effectiveness vehicle of Suzuki APV in televise. Pursuant to the mentioned above, hence especial target of this research is to effective evaluation of television advertisement vehicle of Suzuki APV_ Beside that, target of the differ from this research is to obtain picture concerning image to vehicle of Suzuki APV and to obtain picture concerning attributes any kind of lionized by market goals of Suzuki in taking choice vehicle product, which is important to be known because can be used as by reference in making of advertisement hereinafter so that earning more effective.

Advertisement vehicle of Suzuki APV in its his measured television in this research is version advertisement of Tora Sudiro. Measurement of this advertisement effectiveness use post testing (evaluation read advertisement) to measure step which is flange at sale, that is covering communications, change of attitude and change of behavior of purchasing, with measurement of effectiveness communication which measuring how far advertisement can be remembered by audience, effectiveness attitudinal which measuring change of and attitude of intensity buy and consumer of behavioral effectiveness which measuring change of behavior of purchasing of consumer with framework model Hierarchy of Effect.

Method wearied in this research is by conducting survey to 100 responder people with region intake of sample in Jakarta and its surroundings. Election of sample use method of is non sampling probability with procedure intake of sampling judgmental sample. Responder criterion in this survey is adapted for by population criteria, that is market goals of Suzuki namely woman man with SES A and of B (expenditure of month mean family above Rp. 1.250.0004 which is have age to above 25 year and under 55 year.

Pursuant to result of survey, of facet of communication. effectiveness, television advertisement vehicle of Suzuki APV version of Tora Sudiro assessed enough is effective the than facet of communication effectiveness because the advertisement can be remembered and recognized by most responder which have see the advertisement, and especial message wishing to be submitted by Suzuki can be arrested good enough by responder majority.

Ad awareness to advertisement vehicle of Suzuki APV version of Tora Sudiro is also assessed by good relative, because responder majority mention the advertisement present easy vehicle and it's easy him remembered by that is Tora Sudiro.

From facet of attitudinal effectiveness, in general advertisement of Suzuki APV version of Tora Sudiro assessed by still effective enough because can give influence of change of responder attitude where responder most believing in product of Suzuki APV.

From facet of behavioral effectiveness, in general Advertisement of Suzuki APV version of Tora Sudiro assessed by still less effective because not yet can push change of behavior of consumer is such as those which wanted [by] car producer of Suzuki, that is interest to buy Suzuki APV.

Image which is strongest to be assessed by Suzuki APV image as car which suited for family (score mean 4,29), famous company brand (score mean 4,03), all purpose vehicle (score 3,99 mean) and got easy access (score mean 3,84). While lowest image which owned by Suzuki APV pursuant to this survey is image as car owning sophisticated technology (score mean 3,29), value sell high him (score mean 3,06) and car which run boisterous him (score mean 2,98).

Pursuant to finding of survey this, suggestion for the advertisement of TV Suzuki APV hereinafter:
? Considering Suzuki APV awareness brand have good relative, marketing communications effort in advertisement hereinafter, besides for the maintain of awareness, better emphasis to push behavior of

consumer go to next ladder at effect of hierarchy

? Advertisement displaying in televisive better emphasize at frequency than duration

? Lacking of product which is perception by this responder has to become a note, if the mentioned really representing lacking of product, hence technically will become note to completion of product to come. But if the mentioned only representing perception of consumer, hence have to be straightened with different communications by submitting real product design.

? Better Suzuki APV also periodically display containing advertisement excellence of vehicle design either from interior side, exterior and is sophisticated Performs of vehicle machine.</i>