

ABSTRAK

Televisi dapat dikatakan sebagai media yang ampuh untuk melaksanakan perang kilat terhadap bisnis periklanan. Hal tersebut menjadikan persaingan yang ketat bagi industri makanan siap saji, begitu halnya persaingan PT Wingsfood dalam melakukan pemasaran produk Mie Sedap melalui media iklan televisi dengan kompetitornya. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana merancang iklan yang tidak biasa, kreatif, dan dapat menarik perhatian khalayak sehingga iklan tersebut dapat efektif.

Dalam penelitian ini akan menganalisis pengaruh dari daya tarik iklan, kualitas pesan, dan frekuensi penayangan iklan terhadap efektivitas iklan televisi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda dengan program SPSS versi 16.0. Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Kost di sekitar kampus UNDIP di Tembalang, Semarang. Dengan kriteria pemirsa televisi iklan Mie Sedap menggunakan sampel mahasiswa kost di daerah Sumurboto dan Banjarsari, Tembalang sebanyak 100 responden, dengan metode sampel acak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik iklan, kualitas pesan, dan frekuensi penayangan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas iklan, baik secara parsial maupun simultan. Dengan perolehan koefisien terbesar 0,383 atas pengaruh kualitas pesan terhadap efektivitas iklan. Maka sebuah kualitas pesan yang lebih baik akan semakin meningkatkan efektivitas iklan. Dengan demikian PT Wingsfood harus memperhatikan ketiga faktor variabel tersebut, terutama pada variabel kualitas pesan untuk menghasilkan sebuah iklan yang efektif sesuai dengan biaya besar yang telah dikeluarkan.

Kata kunci : daya tarik iklan, kualitas pesan, frekuensi penayangan iklan, dan efektivitas iklan