

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia telekomunikasi yang ketat membuat perusahaan-perusahaan operator seluler menyusun strategi agar produknya dapat diterima di pasaran. Para operator seluler, termasuk AXIS melakukan promosi yang gencar, salah satunya melalui periklanan media televisi yang dianggap mampu menjangkau segmen pasar yang luas walaupun dibutuhkan biaya yang sangat mahal. AXIS yang telah menghabiskan biaya besar untuk membuat iklan masih belum mampu bersaing dengan operator seluler lain. AXIS masih berada di bawah salah satu operator seluler yang mengeluarkan biaya iklan lebih sedikit. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana merancang iklan yang ditayangkan tidak biasa, kreatif dan menarik perhatian khalayak sehingga iklan tersebut dapat efektif. Dalam penelitian ini akan menganalisis pengaruh dari kualitas pesan, kreatifitas iklan, *endorser* dan frekuensi penayangan terhadap efektivitas iklan televisi.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 16.0. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Semarang yang pernah menonton iklan AXIS. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan metode *accidental sampling*.

Hasil penelitian mendapatkan bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 0,209 X_1 + 0,181 X_2 + 0,190 X_3 + 0,345 X_4$ dimana efektivitas iklan (Y), kualitas pesan iklan (X_1), kreatifitas iklan (X_2), *endorser* (X_3), dan frekuensi penayangan iklan (X_4). Karena nilai koefisien seluruhnya positif, maka hal ini berarti keempat variabel tersebut mempunyai hubungan yang positif sejalan dengan variabel dependen. Dengan demikian, AXIS harus memperhatikan keempat hal tersebut untuk menghasilkan iklan yang efektif sehingga biaya besar yang telah dikeluarkan mendapatkan hasil yang sesuai.

Kata kunci : **kualitas pesan, kreatifitas, *endorser*, frekuensi penayangan, efektivitas**