

ABSTRAK

Iklan dikatakan sebagai sarana mempromosikan sebuah produk yang sangat populer dan paling banyak diminati orang. Tujuan beriklan bagi perusahaan yaitu untuk meningkatkan penjualan produk (barang/jasa) yang diperdagangkan dan mencapai keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan. Media untuk beriklan yang sering digunakan yaitu media cetak dan digital. Di era yang berkembang seperti sekarang, khalayak tentunya ingin menggunakan segala sesuatunya dengan mudah dan tidak menyusahkan dalam hal membeli atau menggunakan sesuatu, apalagi saat ini sudah disediakan platform untuk berbelanja atau bertransaksi online, salah satunya Traveloka yaitu aplikasi layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel. Objek dari penelitian ini yaitu iklan televisi Traveloka versi Cerita Nyata #TakTertangkapKamera. Iklan ini merupakan iklan yang sudah ditonton lebih dari 10 juta penonton. Dengan demikian peneliti ingin meneliti seberapa besar pengaruh iklan televisi versi Cerita Nyata #TakTertangkapKamera terhadap citra merek Traveloka. Peneliti memilih menggunakan metode kuantitatif didalam penelitian ini dengan menggunakan elemen-elemen yang terdapat didalam iklan yaitu *Hearword, Music, Seenword, Picture, Colour, Movement*, juga menggunakan komponen citra merek yang terdiri dari atribut, manfaat, sikap (kognitif, afektif, konatif), dukungan asosiasi merek, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yaitu masyarakat yang memiliki penghasilan menengah kebawah dari beberapa wilayah yang dikumpulkan secara acak. Hasil dari penelitian ini adalah regresi sederhana sebesar $Y = 24,739 + 592X$. Selanjutnya analisis korelasi yang diperoleh sebesar 0,571 termasuk kedalam kategori sedang. Pada penelitian ini h_0 ditolak dan h_1 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($24,793 > 1,660$) artinya iklan televisi berpengaruh terhadap citra merek. Serta iklan televisi mempengaruhi citra merek sebesar 33% sedangkan 67% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: Iklan Televisi dan Citra Merek