

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi acuan dalam penelitian ini. Selain itu pada bab 1 ini juga berisikan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sedikit ringkasan mengenai metode penelitian yang digunakan serta sistematika penulisan.

A. Latar Belakang Masalah

Es krim, semua orang pasti mengenal menu favorit ini baik dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa, sampai yang berusia lanjut. Namun demikian, kebanyakan orang terutama perempuan tidak mau makan es krim karena takut gemuk. Padahal, ini hanya merupakan mitos yang negatif saja, kenyataannya banyak sekali manfaat es krim. Komposisi es krim yang mengandung energi, protein dan lemak jenuh selalu menjadi tuduhan penyebab biang keladi kegemukan. Kenyataannya, komposisi energi pada es krim hanya sekitar 10 persen saja dari total kebutuhan lemak setiap harinya sekitar 15 persen. Jadi, jumlah tersebut masih terlalu kecil bila dituding sebagai penyebab kegemukan.

Es krim termasuk kelompok hidangan beku yang memiliki tekstur semipadat dan memiliki nilai gizi tinggi. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan es krim, antara lain lemak susu, padatan susu tanpa lemak (skim),

krim, gula pasir, bahan penstabil, pengemulsi, dan pencita rasa. Sedikitnya 100 gram es krim yang berbahan susu memiliki 110-130 kalori dengan kandungan protein hanya 2,5 – 3 gram saja. Jadi, keliru apabila diketahui es krim adalah penyebab batuk dan pilek. Lelehan es krim yang masuk ke dalam mulut diakibatkan oleh pengaruh suhu tubuh. Oleh karena itu, saat es krim masuk ke dalam kerongkongan suhunya pun sudah tidak dingin.

Larangan memakan es krim saat sakit juga merupakan anggapan yang salah. Pada saat sakit tubuh manusia membutuhkan banyak cairan agar terhindar dari dehidrasi. Es krim yang mengandung banyak air sangat berguna sebagai penyedia cairan tubuh. Orang yang tidak boleh makan es krim adalah, orang sakit yang menderita radang tenggorokan, asma dan amandel, karena dengan suhu tinggi dapat membuat penyakit tersebut kambuh. Bahan dasar es krim adalah susu, di mana dalam susu tersebut terdapat banyak vitamin yang baik untuk kesehatan misalnya A, C dan D. Tak hanya itu saja kandungan kalsium yang ada pada es krim juga bermanfaat untuk tulang kuat dan pencegahan *osteoporosis*. Selain itu, es krim juga memiliki beberapa manfaat lain yang sangat berguna bagi kesehatan tubuh, yakni menjaga kesehatan jantung, merangsang sistem kekebalan tubuh, dan menurunkan resiko terkena kanker payudara.

Tidak kalah baiknya dengan es krim, buah jauh memiliki manfaat yang lebih baik bagi kesehatan tubuh karena buah adalah salah satu jenis makanan yang memiliki kandungan gizi, vitamin dan mineral yang pada umumnya sangat baik untuk dikonsumsi setiap hari. Dibandingkan dengan suplemen obat-obatan kimia yang dijual di toko-toko, buah jauh lebih aman tanpa efek samping yang

berbahaya serta dari sisi harga umumnya jauh lebih murah dibanding suplemen yang memiliki fungsi yang sama.

Berikut ini dapat dilihat kandungan, khasiat, dan manfaat sehat dari beberapa jenis buah yang ada:

Tabel 1.1

Kandungan, khasiat, dan manfaat sehat dari beberapa jenis buah

No.	Nama Buah	Manfaat / Khasiat
1.	Stroberi	<ul style="list-style-type: none"> - Riset membuktikan, roti bakar yang diolesi selai stroberi mengandung anti oksidan 50 persen lebih banyak dibanding stroberi segar. - Stroberi kaya vitamin C, dan tingkat keasaman vitamin C-nya aman untuk lambung. - Mengonsumsi satu cangkir stroberi setiap hari bisa menurunkan resiko berbagai jenis kanker.
2.	Kiwi	<ul style="list-style-type: none"> - Mengandung <i>Lutein</i> dan <i>Beta Karoten</i>. Manfaat dari <i>lutein</i> dan <i>beta karoten</i> (vitamin A) adalah menjaga kesehatan mata. - Mengandung <i>kalium</i> karena <i>kalium</i> berfungsi menjaga kesehatan jantung. - Kiwi juga dapat membantu mengurangi risiko penggumpalan darah yang dapat menyebabkan penyakit <i>kardiovaskular</i>.
3.	Anggur	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian menunjukkan bahwa anggur dapat meningkatkan kesehatan otak dan menghindari dari penyakit <i>Alzheimer</i>. - Penelitian juga menunjukkan bahwa jus anggur yang berwarna ungu membantu dalam mencegah kanker payudara yang secara signifikan mengurangi massa tumor pada payudara. - Anggur dapat membantu menyingkirkan asam pada ginjal. Hal ini berarti mengurangi gangguan pada tekanan ginjal.

Sumber : www.google.com

Tidak hanya ketiga buah tersebut, akan tetapi masih banyak lagi kandungan, khasiat dan manfaat dari berbagai jenis buah yang dapat menyehatkan bagi tubuh.

Walls, produsen es krim tak pernah berhenti untuk memberikan pengalaman terbaik kepada para konsumennya dengan produk terbarunya. Kini produsen berlogo hari itu meluncurkan es krim terbaru dengan rasa buah yang rendah kalori yaitu, Walls Buavita. Wall's Buavita adalah *real ice fruit stick* berkalori rendah terbuat dari *real fruit juice* dengan tekstur dan potongan buah asli. *Ice fruit stick* ini akan menjadi sahabat sejati bagi para pribadi energik dan *fresh people*. Es krim terbaru ini merupakan kolaborasi dari Walls dengan Buavita karena keperluan es krim tipe ini ada pasarnya. Karena, menurut hasil riset, orang Indonesia ternyata menyukai buah yang berbeda. Karena itu, Walls langsung memperkenalkan tiga varian rasa dalam Walls Buavita yaitu kiwi, stroberi, dan anggur. Berdasarkan data Kementerian Pertanian pada Juli 2011, tingkat konsumsi buah di Indonesia naik setiap tahun, sebesar 15 persen seiring dengan peningkatan kesadaran akan kesehatan. Namun kadang-kadang kalangan kaum muda malas makan buah. Makanya es krim stik berkalori rendah ini diharapkan bisa menjadi pilihan lain guna lebih menumbuhkan kebiasaan sehat itu.

Launching Wall's buavita diadakan di Jakarta pada tanggal 16 september 2011. Sebagai bentuk promosi sekaligus menandai kehadirannya, Wall's Buavita menyuguhkan cara berbeda dalam menikmati kesegaran *real ice fruit stick* ini. Melalui Summer Freeze Party, sebuah acara yang mengedepankan tema '*Fresh*

and Natural’ yang tersirat dalam dekorasi dan suasana yang dihadirkan dalam ajang tersebut.

Beragam kegiatan sengaja disuguhkan secara khusus bagi para *fresh people* diantaranya *Fruit Stall*, *Ice Cart* dan *Mobile Freezing Chamber*. *Fruit Stall* merupakan ‘kedai buah’ yang dirancang untuk memberikan kesegaran Wall’s Buavita. *Ice cart* adalah ‘gerobak buah’ yang akan berada di sudut-sudut ruangan, siap dikunjungi oleh *fresh people* sedangkan *Mobile Freezing Chamber* adalah sebuah mobil yang dimodifikasi menjadi sebuah *Chamber Box* dengan suhu mencapai nol derajat dan dilengkapi kamera 360° sehingga aktivitas pengunjung didalamnya dapat diabadikan dari berbagai sisi. *Summer Freeze Party* juga menghadirkan musisi internasional yang sudah tidak asing lagi bagi para *fresh people* yakni Moony yang akan membawakan hits-hitsnya seperti *I Don’t Know Why*, *This is Your Life* dan lain-lain. Kehadiran musisi wanita asal Inggris ini sesuai dengan karakter Wall’s Buavita yang dinamis, *fresh* dan *light*.

Di kalangan masyarakat, Wall’s Buavita termasuk produk yang masih sangat baru dan belum terlalu dikenal masyarakat. Oleh karena itu, pihak Wall’s Buavita pun mempromosikan produknya melalui berbagai media iklan salah satunya media iklan televisi agar dapat menjangkau serta menarik perhatian seluruh masyarakat terutama kaum muda untuk mengenal dan mengetahui produk Wall’s Buavita.

Terlihat dalam iklan tersebut menampilkan sebuah perkebunan yang hijau nan luas diiringi alunan musik berisikan tiga jenis buah segar karena

langsung dari pohonnya, yakni kiwi, stroberi, dan anggur yang tiba-tiba setiap dari buah tersebut berubah menjadi es krim Wall's Buavita. Salah satu rasa es krim Wall's Buavita yaitu rasa stroberi kemudian dipetik dan dimakan oleh seorang wanita yang tertarik ingin mencobanya. Wanita itu pun terlihat begitu menyukai es krim Wall's Buavita. Dari iklan tersebut, pihak manajemen Wall's Buavita bermaksud menyampaikan pesan bahwa es krim Wall's Buavita terbuat dari jus buah dan potongan buah asli.

Di era globalisasi seperti sekarang ini, banyak perusahaan baik perusahaan telekomunikasi, makanan dan lain sebagainya semakin gencar mempromosikan produknya melalui media iklan televisi dengan kreasi unik (endorser yang digunakan, gambar yang ditampilkan, dan lain-lain) agar dapat menarik perhatian masyarakat terutama kaum muda. Iklan yang ditayangkan media televisi membentuk pernyataan sikap konsumen yang mempengaruhi minat beli konsumen. Pembentukan sikap terhadap iklan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap iklan. Sikap terhadap iklan ini diawali dengan cara konsumen berfikir mengenai sebuah iklan. Sikap terhadap iklan (afektif) merupakan cara konsumen merasakan hal tersebut. Assael (2001: 368) mendefinisikan sikap terhadap iklan adalah kecenderungan konsumen untuk menjawab dengan baik atau tidak baik terhadap iklan tersebut.

Mengingat adanya mitos yang negatif terhadap es krim dan besarnya manfaat buah, Wall's Buavita mencoba memberi kesan kepada masyarakat melalui iklannya bahwa Wall's Buavita itu sendiri begitu menyehatkan dan jauh dari mitos yang negatif seperti menyebabkan gemuk dan sebagainya serta dapat

dirasakan besarnya manfaat buah karena benar-benar menggunakan potongan buah asli apabila mengkonsumsi Wall's Buavita.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka peneliti mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik melihat efektivitas iklan Wall's Buavita dengan judul “**Analisis Efektivitas Iklan Wall's Buavita pada Mahasiswa STIE MUSI Ditinjau dari *Direct Rating Method (DRM)***”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Apakah iklan Wall's Buavita sudah efektif menurut mahasiswa STIE MUSI apabila ditinjau dari *Direct Rating Method (DRM)*?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui apakah iklan Wall's Buavita sudah efektif menurut mahasiswa STIE MUSI apabila ditinjau dari *Direct Rating Method (DRM)*”.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini bagi beberapa pihak:

1. Bagi Penulis

Dapat mempraktekkan/menerapkan ilmu pengetahuan serta teori-teori yang telah dipelajari di STIE MUSI dalam kehidupan nyata.

2. Bagi Pihak Wall's Buavita

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi sebagai bahan masukkan kepada manajemen perusahaan Wall's Buavita sendiri.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian yang serupa.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah "Survey Lapangan" dengan cara membagikan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan sehubungan dengan penelitian ini.

2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menyaksikan iklan televisi Wall's Buavita. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel berjumlah 100 orang dari mahasiswa STIE MUSI. Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan adalah *Purposive Sampling*. Pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berdasarkan pengembangan (*judgement*) tertentu atau jatah (*quota*) tertentu (Jogiyanto, 2007). Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya (Hasan Mustafa, 2000). Kriteria-kriteria responden dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

- a. Responden yang berdomisili di kota Palembang khususnya mahasiswa STIE MUSI
- b. Pernah menyaksikan iklan televisi Wall's Buavita

3. Jenis Data Penelitian

- a. Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil tanggapan responden atas daftar pernyataan (kuesioner) yang telah di susun oleh penulis.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui bahan pustaka, internet serta jurnal yang membahas mengenai iklan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner yang bersifat tertutup dan disebarakan kepada responden. Tahap pertama disebarakan 30 kuesioner guna pengujian pendahuluan (*pretest*), tujuan dari pretest adalah *confirmatory* kuesioner, Alat analisis untuk pretest adalah Faktor Analisis. Setelah kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, kuesioner tersebut layak untuk disebarakan pada sampel besar. Metode pengumpulan data kuesioner pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *personally administrated questionnaires*, yaitu peneliti menyampaikan sendiri kuesioner kepada responden dan mengambil sendiri kuesioner dari responden, tujuan utamanya supaya tingkat pengembalian kuesioner dapat terjaga di dalam periode waktu yang relatif pendek (Sekaran, 2003: 236).

5. Teknik Analisis Data

a. Analisis Data Kuantitatif

Data diolah menggunakan *Direct Rating Method* (DRM) melalui kuesioner yang berisi pernyataan yang mencakup lima variabel yaitu variabel *Attention*, variabel *Readthroughness*, variabel *Cognitive*,

variabel *Affection* dan variabel *Behavior*. Selain itu, untuk mengevaluasi efektivitas iklan dengan menggunakan *Direct Rating Method* (DRM) digunakan Analisis Tabulasi Sederhana dan Perhitungan skor rata-rata terbobot.

b. Analisis Data Kualitatif

Teknik analisis secara kualitatif menggambarkan secara rinci tentang kondisi atau fakta yang didapat dari hasil penelitian dan membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi, yang bersumber dari buku-buku pedoman yang berhubungan dengan masalah yang dianalisis. Metode ini memberikan penjelasan secara deskriptif terhadap hasil yang diperoleh dari analisis kuantitatif.

F. Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara garis besar materi dari skripsi ini. Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang pengertian iklan, tujuan iklan, fungsi iklan, komponen iklan, jenis iklan, media iklan dan kekuatan kelemahannya, iklan yang efektif, dan gambaran tentang *Direct Rating Method (DRM)*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, jenis data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil-hasil dari penelitian, yaitu penyajian data yang meliputi gambaran umum objek yang diteliti, serta dikemukakan pula data sesuai dengan masalah yang diteliti. Data tersebut akan dianalisis dan diinterpretasikan untuk digunakan sebagai pemecahan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi simpulan berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, Kemudian berdasarkan kesimpulan tersebut diberikan saran yang sekiranya menjadi bahan masukan bagi pihak manajemen Wall's Buavita.