

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Banyaknya kebutuhan yang diperlukan oleh seorang wanita, membuat mereka yang ingin selalu tampil sempurna, meluangkan waktunya untuk mempercantik diri ke salon untuk melakukan berbagai perawatan, salah satu bagian terpenting bagi seorang wanita adalah rambut, karena rambut adalah mahkota yang sangat berharga bagi seorang wanita, karena itulah semua wanita pasti akan bangga mempunyai rambut yang indah agar bisa melengkapi penampilan mereka ketika mereka akan bertemu atau berhadapan langsung dengan semua orang.

Tapi tidak semua wanita mempunyai waktu yang cukup untuk ke salon, hanya untuk melakukan perawatan, karena seperti yang kita ketahui di zaman sekarang bukan hanya pria yang bekerja, tetapi wanita juga banyak yang bekerja. Banyaknya kendaraan sekarang dan terjadinya global warming yang mengakibatkan pergantian cuaca yang tidak menentu, apalagi pada saat cuaca panas, bumi terasa sangat panas sekali, sinar matahari yang begitu terik dapat merusak kulit dan rambut manusia, sehingga kulit dan rambut bisa menjadi rusak, bercabang maupun kering.

Jenis rambut setiap manusia pun berbeda ada yang kering, lembab maupun berminyak, maka untuk menjaga agar rambut tetap sehat dan indah, para konsumen, harus pintar memilih shampoo yang benar-benar cocok dengan jenis rambut mereka. Saat ini telah hadir produk shampoo yang dapat membantu wanita menjaga dan merawat rambut mereka sesuai dengan jenis rambutnya, Salah satu *brand* perawatan rambut terkemuka Sunsilk, yaitu” Sunsilk Co Creations” hasil kerja sama dengan tujuh pakar rambut berkelas dunia telah menciptakan formula khusus untuk berbagai jenis rambut .

Sunsilk Co Creations dengan delapan varian baru diluncurkan di Kempinski, Jakarta 2 Juni 2010. Dalam peluncuran hadir Thomas Taw, Co-Creator Sunsilk , Julie Estelle, Brand Ambassador Sunsilk, dan Chris Oey, Senior Brand Manager Sunsilk. Varian baru dari Sunsilk tersebut adalah *Sunsilk Soft and Smooth, Sunsilk Damaged Hair Treatment, Sunsilk Black Shine, Sunsilk Hair Fall Solution, Sunsilk Anti Dandruff, Sunsilk Clean and Fresh, Sunsilk Straight and Slee* dan *Sunsilk Bouncy Curls*, di jamin kita bisa mendapatkan sentuhan pakar rambut dunia di rumah. Kreasi tujuh orang penata rambut dunia ini berasal dari New York, Los Angeles, London, Paris, hingga Tokyo. Yang masuk nominasi melalui serangkaian seleksi ketat selama satu tahun.

Sunsilk mempromosikan produknya dengan menggunakan iklan untuk menarik perhatian para konsumen yang sangat membutuhkan shampoo yang bisa merawat rambut-rambut mereka dengan cara yang praktis, memberikan vitamin-vitamin yang dibutuhkan oleh rambut para konsumennya.

Sunsilk membuat iklan-iklan yang sangat menarik, untuk dapat menarik perhatian konsumennya. Media yang digunakan untuk mempromosikan produk Sunsilk yaitu melalui televisi, surat kabar dan majalah. karena media-media tersebut dianggap dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, sunsilk membuat iklannya seunik dan sebagus mungkin, seperti pemilihan warna gambar, slogan, artis yang membintanginya maupun musik yang menjadi backgroundnya agar dapat mendukung iklan tersebut, untuk dapat menarik minat konsumen atas produk yang ditawarkan.

Iklan dapat menyampaikan pesan melalui gambar, suara, maupun tulisan. iklan yang baik adalah iklan yang mampu menyampaikan pesan secara singkat dan tepat, sehingga pesan yang disampaikan dapat ditangkap dengan baik oleh para konsumennya, dan dapat memotivasi minat konsumen agar beralih ke produk yang ditawarkan.

Kotler dan Keller (2006: 496) mendefinisikan periklanan (*Advertising*) sebagai bentuk presentasi dan promosi nonpersonal yang dibayar mengenai ide-ide, barang-barang atau jasa-jasa oleh sebuah sponsor yang dikenal (*any paid form of nonpersonal presentation and promotion of ideas, goods, or service by an identified sponsor*).

Iklan harus dapat membantu konsumen untuk mendapatkan informasi yang berguna, oleh karena itu iklan harus dirancang dengan baik. Sunsilk Co Creations mengiklankan produknya dengan menggunakan model iklan para pakar rambut dunia dan para artis terkenal seperti Julie Estell agar konsumennya dapat diyakinkan bahwa sunsilk memang diciptakan oleh pakar-pakar dunia, yang

menjadi produk shampoo pertama di Indonesia dengan menggunakan jasa pakar dunia untuk mengatasi masalah rambut wanita Indonesia.

Berikut macam-macam produk *Sunsilk Co Creations* yang dibuat oleh masing-masing pakar dunia :

**Tabel 1.1 Profil Tujuh Pakar rambut Dunia**

No.	Nama Pakar Rambut	Asal Negara	Nama Produk
1.	Thomas Taw ( Pakar rambut rusak )	London	- Sunsilk Soft and Smooth - Sunsilk Damaged Hair Treatment
2.	Jamal Hammadi ( Spesialis rambut hitam )	Los Angels	- Sunsilk Black Shine
3.	Dr. Francesca Fusco (Spesialis perawatan kulit kepala )	New York	- Sunsilk Hair Fall Solution - Sunsilk Anti-Dandruff - Sunsilk Clean and Fresh
4.	Teddy Charles ( Spesialis bentuk volume rambut)	Perancis	- Sunsilk Bouncy Curls - Sunsilk Straight and Sleek
5.	Quidad ( Spesialis rambut kriting )	USA	Produk belum tersedia di Indonesia
6.	Rita Hazan ( Pakar pewarnaan rambut )	New York	Produk belum tersedia di Indonesia
7.	Yuko Yamashita ( Pakar rambut lurus )	Jepang	Produk belum tersedia di Indonesia

Sumber: [www.Sunsilk.com](http://www.Sunsilk.com)

Penelitian ini mengambil EPIC model sebagai alat untuk mengukur efektivitas iklan, karena *EPIC model* berupa *Empahty, Persuassion, impact, dan Communication* yang dapat digunakan untuk mengukur keefektifan iklan *EPIC Model*, berbeda dari alat pengukur iklan yang lain, yang hanya berupa kurang lebih 2 sampai 3 unsur, oleh karena itu dipilihlah judul untuk penelitian ini **“ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN SUNSILK CO CREATIONS VERSI “TUJUH PAKAR RAMBUT DUNIA” (THOMAS TAW) DITINJAU DARI MODEL EPIC”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Penelitian yang dilakukan ini adalah untuk membahas masalah :

”Bagaimana efektivitas iklan Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia (Thomas Taw) ditinjau dari *Model EPIC* ? ”

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis efektivitas iklan yang efektif ditinjau dari variabel *Emphaty* untuk menarik perhatian konsumennya.
2. Menganalisis efektivitas iklan yang efektif ditinjau dari variabel *Persuasion* untuk menarik perhatian konsumennya.
3. Menganalisis efektivitas iklan yang efektif ditinjau dari variabel *Impact* untuk menarik perhatian konsumennya.
4. Menganalisis efektivitas iklan yang efektif ditinjau dari variabel *Communication* untuk menarik perhatian konsumennya.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, dapat memberikan masukan besarnya pengaruh efektivitas iklan dengan menggunakan metode *Model EPIC*.
2. Bagi pihak lain, penelitian ini dilakukan agar dapat menambah informasi bagi pihak lain dan sebagai masukan untuk peneliti lain yang akan meneliti penelitian yang sejenis.
3. Bagi perusahaan  
Bagi perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan mengenai efektivitas iklan sunsilk co-creations versi tujuh pakar rambut dunia yang telah diteliti selama ini berdasarkan pendekatan *Model EPIC*.

#### **E. Metode Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan ini termasuk dalam penelitian studi lapangan dengan melakukan survei, Survei adalah metoda pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu ( Jogiyanto : 2008, 117).

##### **2. Populasi, Sampel dan Teknik pengambilan Sampel.**

###### **a. Populasi**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat Palembang yang pernah melihat iklan shampo Sunsilk Co Creations.

(Kuncoro Mudrajad : 2003, 118) Sampel adalah suatu himpunan bagian (*Subset*) dari unit populasi.

**b. Sampel**

Sampel yang baik merupakan sampel yang akurat dan tepat. Sampel yang tidak akurat dan tidak tepat akan memberikan kesimpulan riset yang tidak diharapkan atau dapat menghasilkan kesimpulan salah yang menyesatkan (Jogiyanto : 2008, 69).

**c. Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dari masyarakat kota Palembang yang pernah melihat iklan shampo Sunsilk Co Creations, teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria sebagai berikut :

Kriteria-kriteria responden dalam penelitian ini antara lain :

1. Usia Minimal 17 tahun

Dimana usia minimal 17 tahun diasumsikan sudah dapat menilai sebuah iklan secara objektif.

2. Pernah melihat dan menyaksikan iklan Shampo Sunsilk Co Creations. Bila telah melihat dan menyaksikan iklan Sunsilk Co Creations maka responden dapat memberikan persepsinya.

### **3. Jenis Data Penelitian**

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

(Husein Umar : 2009).

#### **b. Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain.

( Husein Umar : 2009).

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket. Penyebaran kuesioner dilakukan di berbagai tempat seperti STIE MUSI dan SMK Xaverius dalam kurun waktu 1 Bulan. Pemilihan tempat tersebut berdasarkan pertimbangan kemudahan dari peneliti, serta banyaknya remaja-remaja yang telah memahami dan menyaksikan iklan tersebut, sehingga mereka dapat mengisi kuesioner dengan baik.

### **5. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data terdiri dari dua metode yaitu:

#### **1. Teknik Analisis Kuantitatif**

Teknik analisis kuantitatif yaitu menjabarkan angka-angka yang dapat mendukung suatu pengujian hipotesis dalam suatu penelitian. Yaitu

menggunakan Analisis Tabulasi Sederhana dan Perhitungan Rata-rata Terbobot ( Darmadi Durianto, dkk., 2003 : 14 ).

## **2. Teknik Analisis Kualitatif**

Teknik Analisis Kualitatif adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan teori-teori yang relevan. Data yang ada dianalisis secara rinci sehingga diharapkan dapat diperoleh simpulan yang memadai yang bisa digeneralisasi atau dijelaskan secara umum.

Metode Kuantitatif digunakan untuk menganalisis dengan perhitungan-perhitungan yang diuji melalui alat bantu SPSS adapun pengujian yang dilakukan adalah :

- a. Uji Validitas
- b. Uji Reliabilitas
- c. Analisis Tabulasi Sederhana
- d. Skor rata-rata

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini penelitian akan menjelaskan mengenai Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Hipotesis Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai Pengertian Iklan, Tujuan Iklan, Fungsi Iklan, Isi Iklan, Jenis-Jenis Iklan, Strategi Periklanan dan Efektivitas Iklan Diukur Dengan Menggunakan Model EPIC.

## BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini peneliti akan menjelaskan mengenai Jenis Penelitian, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Jenis Data Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

## BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi Data-data yang telah dikumpulkan dari penyebaran kuesioner, Analisis data penelitian dan Pembahasan hasil analisis data.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini terdapat simpulan dan saran dan peneliti.