

ABSTRAK

DESIWATI, analisis Persepsi Konsumen Terhadap Iklan Motor Vega Pada CV. Thamrin Bersaudara Palembang, (dibawah bimbingan Bapak Markoni, SE, MBA dan Bapak Drs. Andreas Sarjono, MM).

Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap suatu iklan bukan suatu hal yang mudah dilakukan, akan tetapi perlu diketahui dengan mengadakan suatu penelitian. Persepsi konsumen terhadap iklan motor Vega ini sangat penting bagi produsen untuk menentukan strategi dalam pembuatan suatu iklan. Karena setiap orang mempunyai persepsi-persepsi yang berbeda dalam melihat suatu iklan. Maka dari itu, untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap iklan motor Vega dapat dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan (quesioner) kepada para konsumen.

Obyek penelitian di dalam skripsi ini adalah CV. Thamrin Bersaudara Palembang yang bergerak dibidang otomotif, yakni penjualan motor Yamaha dan Sub Dealer kendaraan roda empat Toyota dan Daihatsu, Dealer Tunggal kendaraan roda empat merek Suzuki, Main Dealer untuk kendaraan roda empat merek Mazda, Hino, Chevrolet, Opel, dan Nissan.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sebenarnya persepsi konsumen terhadap iklan motor Vega. Hal tersebut dapat dilihat dari data kuesioner yang telah ditabulasi pada tabel sehingga pihak produsen dapat mengetahui apa yang menjadi persepsi konsumen bila melihat iklan motor Vega tersebut. Seperti diketahui persaingan dibidang otomotif seperti motor sangat ketat dimana saat ini telah banyak produsen-produsen motor yang juga melakukan promosi dengan mengiklankan produknya melalui televisi dan berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen dengan harga yang bersaing.

Dari hasil analisis yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa konsumen yang melihat iklan motor Vega kurang mengerti dengan slogan Yamaha "*Touching Yourt Heart*" dimana slogan tersebut menggunakan bahasa Inggris, pesan yang ingin disampaikan oleh produsen kepada konsumen juga kurang dimengerti, ini di mungkinkan karena produsen kurang memperhatikan pesan yang akan diberikan kepada konsumen, serta iklan motor Vega kurang dapat menjelaskan apa yang menjadi manfaat atau keunggulan dari produk Vega tersebut.

Dengan pertimbangan hal tersebut maka dapat disarankan kepada CV. Thamrin Bersaudara agar lebih menginformasikan secara jelas manfaat atau keunggulan motor Vega kepada konsumen karena hal ini akan memberikan tanggapan yang lebih positif kepada konsumen terhadap iklan motor Vega tersebut. Pesan iklan juga perlu mendapat perhatian karena terkadang konsumen tertarik memiliki suatu produk di karenakan pesan iklan yang begitu mengena di hati konsumen. Dalam hal ini slogan juga harus diperhatikan karena slogan yang dimengerti oleh konsumen juga memberikan penilaian lebih bagi konsumen terhadap produk motor Vega. Jadi dalam hal ini sebaiknya produsen lebih memperhatikan lagi tujuan-tujuan dari promosi dan juga fungsi-fungsi periklanan.