

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskanlah masalah yang menjadi pokok penelitian sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah terdapat pengaruh positif iklan produk Yamaha di televisi yang terdiri dari variabel tata suara, model, dialog, dan tampilan gambar terhadap minat membeli.
- 1.2.2 Diantara variabel tata suara, model, dialog, dan tampilan gambar variabel manakah yang paling besar pengaruhnya terhadap minat membeli oleh konsumen.

1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

Untuk menghindari peninjauan yang terlalu luas dalam penelitian maka perlu diadakan pembatasan masalah.

- 1.3.1 Iklan yang diteliti adalah iklan sepeda motor Yamaha
- 1.3.2 Penelitian dilakukan terhadap responden, yang menyaksikan tayangan iklan di media televisi.
- 1.3.3 Variabel iklan yang digunakan di televisi adalah tata suara, model, dialog, dan tampilan gambar.
- 1.3.4 Karakteristik responden yang digunakan adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan.
- 1.3.5 Daerah penelitian yaitu di Kecamatan Ngemplak, Sleman Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui:

Format pesan akan mempengaruhi audience dalam memahami sebuah pesan, karena format pesan menyangkut :

➤ **Tata Suara**

Tata Suara merupakan elemen penting dalam iklan, dimana musik yang sederhana dan mudah, baik nada maupun liriknya, akan dapat dengan mudah diingat atau bahkan dinyanyikan oleh pendengarnya dalam berbagai kesempatan. Selain itu efek suara atau ilustrasi- ilustrasi suara juga dapat banyak membantu dalam pembuatan iklan di televisi, ilustrasi ini bisa merupakan suara aneh yang dapat menarik perhatian penonton televisi agar tertarik untuk selalu menyaksikan tayangan iklan di televisi.

➤ **Dialog**

Dialog ditujukan untuk menumbuhkan kesadaran atau kemudahan bagi pemirsa untuk menangkap pesan yang disampaikan. Pesan dan manfaat yang disampaikan dibuat sesederhana dan sesingkat mungkin, menggunakan kata – kata dan gambaran yang dikenal audience, serta kalimat atau struktur pesan didesain agar mudah dipahami, menarik perhatian dan mudah diingat. Dialog dalam iklan harus menggunakan kata – kata yang baik dalam menawarkan produk.

➤ **Tampilan Gambar**

Warna dalam visualisasi iklan merupakan sarana untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu tampilan gambar dalam sebuah iklan bisa bersifat asli dan bisa pula bersifat buatan, tampilan gambar yang asli umumnya lebih disukai karena memungkinkan timbulnya reaksi

oleh konsumen. Dan secara simultan atau bersamaan variabel tata suara (X_1), model (X_2), dialog (X_3), dan tampilan gambar (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap minat membeli oleh konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien determinasi (r^2) sebesar 0.465, maka dapat diartikan bahwa 46.5% keputusan membeli sepeda motor YAMAHA oleh konsumen dipengaruhi oleh keempat variabel bebas yang terdiri dari tata suara (X_1), model (X_2), dialog (X_3), dan tampilan gambar (X_4). Sedangkan sisanya sebesar 53.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian. Hal ini berarti bahwa nilai manajerial tinggi terhadap minat membeli oleh konsumen sehingga bergantung pada variabel tata suara dan variabel model. Terbukti variabel ini merupakan variabel yang paling efektif terhadap pencapaian minat membeli responden.

Untuk itu pihak manajerial harus menekankan pada peningkatan variabel tata suara dan variabel model iklan. Langkah yang dilakukan yaitu menayangkan iklan dengan menggunakan tata suara dan model yang menarik, misalnya dengan menggunakan tata suara yang mampu untuk menarik konsumen untuk memperhatikan iklan yang sedang ditayangkan selain itu juga dengan melakukan seleksi terhadap calon model iklan yang akan ditayangkan. Dengan pemilihan model iklan yang terbaik diharapkan akan memberikan daya tarik bagi konsumen untuk selalu melihat tayangan iklan di media televisi sehingga akan meningkatkan minat membelinya.