



Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor dan Daya Tarik Iklan terhadap Efektivitas Iklan Pantene “Rambut e Charged”

Payza Nethania Janie¹, Ratih Hasanah Sudrajat²

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

E-mail: pazyanj@gmail.com, ratihhasanah@telkomuniversity.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2022-12-12 Revised: 2023-01-17 Published: 2023-02-01 Keywords: <i>Advertising Creativity; Elements of Humor; Quality of Advertising Messages; Advertising Effectiveness.</i>	This study aims to determine: (1) the influence of advertising creativity on the effectiveness of Pantene Bye ads #RambutCapek Hello #RambutKeCharged (2) the effect of humor on the effectiveness of Pantene Bye ads #RambutCapek Hello #RambutKeCharged, (3) the effect of the quality of advertising messages on the effectiveness of Pantene advertisements Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged, and (4) the influence of advertising creativity, elements of humor, and quality of advertising messages on the effectiveness of Pantene Bye Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged ads. Based on the results of the descriptive analysis, the results of the respondents' responses showed that creativity, elements of humor, advertising attractiveness and effectiveness of Pantene Keanu's ads for charged hair were in the fairly good/moderate category. Based on the results of research on the influence of advertising creativity, elements of humor and advertising attractiveness on the effectiveness of Pantene Keanu's charged hair ads, it can be concluded (1) Advertising creativity, elements of humor, and the quality of advertising messages have a positive and significant influence on the effectiveness of Pantene #HambutKeCharged ads on social media. (2) Advertising creativity has a positive and significant influence on the effectiveness of Panten #HambutKeCharged ads. (3) The element of humor has a positive and significant influence on the effectiveness of Panten #HambutKeCharged advertisements. (4) The attractiveness of the advertisement has a positive and significant influence on the effectiveness of the Panten #HambutKeCharged advertisement.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2022-12-12 Direvisi: 2023-01-17 Dipublikasi: 2023-02-01 Kata kunci: <i>Kreativitas Iklan; Unsur Humor; Kualitas Pesan Iklan; Efektivitas Iklan.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kreativitas iklan terhadap efektivitas iklan Pantene Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged (2) pengaruh unsur humor terhadap efektivitas iklan Pantene Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged, (3) pengaruh kualitas pesan iklan terhadap efektivitas iklan Pantene Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged dan (4) pengaruh kreativitas iklan, unsur humor, dan kualitas pesan iklan terhadap efektivitas iklan Pantene Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged. Berdasarkan hasil analisis deskriptif hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa kreatifitas, unsur humor, daya tarik iklan dan efektivitas iklan Pantene Keanu rambut ke charged berada pada kategori cukup baik/sedang. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kreativitas iklan, unsur humor dan daya tarik iklan terhadap efektivitas iklan Pantene Keanu rambut ke charged, maka diperoleh kesimpulan (1) Kreativitas iklan, unsur humor, serta kualitas pesan iklan memiliki pengaruh positif serta signifikan pada efektivitas iklan Pantene #RambutKeCharged di sosial media. (2) Kreativitas iklan memiliki pengaruh positif serta signifikan pada efektivitas iklan Panten #RambutKeCharged. (3) Unsur humor memiliki pengaruh positif serta signifikan pada efektivitas iklan Panten #RambutKeCharged. (4) Daya tarik iklan memiliki pengaruh positif serta signifikan pada efektivitas iklan Panten #RambutKeCharged.

I. PENDAHULUAN

Periklanan merupakan hal atau faktor yang dimanfaatkan oleh perusahaan guna meningkatkan komunikasi untuk meyakinkan kepada setiap konsumen dan juga kepada target pembelinya. Perusahaan juga harus pandai dalam menyusun strategi pemasaran agar produk yang ditawarkan dapat dilirik maupun diterima oleh

pasa-an. Cara yang ditempuh oleh organisasi untuk diwujudkan oleh masyarakat umum biasanya adalah organisasi yang sering menyelesaikan kegiatan pemasaran suratmenyurat seperti publikasi, promosi penawaran, distribusi iklan, penjualan individu, dan selanjutnya promosi langsung (Sulaksana, 2003: 24). Seiring dengan perkembangan teknologi yang menjadi semakin

unggul hal tersebut memiliki dampak salah satunya ialah budaya asing yang masuk ke negara Indonesia kian berdampak memengaruhi moral generasi muda. Seiring dengan kemajuan teknologi yang dimunculi dengan adanya komputer, laptop, handphone serta internet yang sangat digemari oleh generasi muda Indonesia. Dapat dikatakan saat ini Internet berhasil untuk mempengaruhi berbagai dari generasi dari anak-anak sampai dengan orang tua. Mendengar banyaknya manfaat internet sendiri bukanlah kalimat yang tidak familiar di keseharian kita. Internet sendiri ialah medium komunikasi yang berguna memudahkan interaksi individu hingga sebuah kelompok kian ringan. Dampak Internet kian memudahkan individu agar tetap bisa berkomunikasi walaupun adanya jarak yang memisahkan. Internet memiliki dampak positif lainnya contohnya seperti memudahkan berbagai aktivitas bidang misalnya pendidikan, politik, perekonomian dan yang lain sebagainya. (kompasiana.com, 2020).

Efektivitas iklan dapat ditentukan dengan bermacam faktor, hal itu kerap mengikuti sesuai dengan strategi marketing dari perusahaan yang terlibat. Terbukti saat ini tingkat kreativitas iklan menjadi penyokong utama dari sebuah keefektifan iklan. Dengan semakin tingginya tingkat kreativitas iklan hal tersebut kerap membuat produk yang ditawarkan menjadi diingat oleh audiens ataupun konsumennya. Reinart dan Saffert (2013) menyimpulkan apabila kreativitas sendiri adalah sebuah kemampuan untuk menemukan jalan keluar tidak dari biasanya ataupun bahkan belum pernah ada sebelumnya. Perusahaan besar yang berhasil menguasai pasar dengan turut menyertakan keempat hal diatas meliputi kreativitas, unsur humor, daya tarik iklan, dan efektivitas iklan melalui iklan yang dibuatnya adalah P&G (Protect & Gamble Co.). Produk-produk yang ditawarkan oleh P&G sangat beragam bahkan telah menyentuh jutaan wanita dan pria di seluruh dunia. P&G menawarkan merek-merek terpercaya dengan mengandalkan teknologi terdepan kian memenuhi kebutuhan kecantikan dan juga perawatan tubuh. Produk kecantikan sendiri merupakan produk yang paling gencar ditampilkan dalam sebuah iklan. P&G juga merupakan sebuah perusahaan besar dalam bidang produk perawatan rambut, P&G memiliki sebuah produk bernama Pantene yang memiliki komitmen untuk selalu memberikan solusi perawatan rambut dengan menyeleruh kian memiliki fungsi membuat rambut terlihat semakin indah dan

juga sehat. Prestasi yang dimiliki oleh Pantene berhasil untuk memperoleh Top Brand Index untuk kategori shampoo sebagai berikut:

Table 1. Top Brand Index tahun 2018-2020
Kategori Shampoo

Merk	TBI 2018	TBI 2019	TBI 2020	TBI 2022
Pantene	24,1%	22,9%	28,1%	35,8%
Clear	17,2 %	19,8%	18,7%	NA
Sunsilk	20,3%	18,3%	13,3%	13,7%
Lifebuoy	8,1%	14,1%	11,9%	NA

Dari tabel 1 kita mengetahui bahwa Top brand Index Pantene yang diukur dari top of mind, last usage, dan future intention selalu menduduki nomor satu selama 4 tahun terakhir ini. Ketika menentukan suatu produk yang akan dibeli konsumen tentu mempunyai pertimbangan khusus untuk menentukan shampoo mana yang akan digunakan tetapi shampoo Pantene berhasil membuktikan menjadi unggulan masyarakat Indonesia dengan varian-varian yang dimilikinya. Dengan dipilihnya Anggun C Sasmi, Maudy Ayunda, dan juga Raline Shah sebagai iklan model shampoo Pantene, Pantene sukses memenangkan pasar di Indonesia pasalnya ketiga wanita tersebut dikenal sebagai wanita sukses dalam karir yang mereka geluti. Tentu saja hal ini memberikan nilai positif untuk Pantene karena telah berhasil menarik perhatian konsumen khususnya wanita untuk menggunakan shampoo tersebut. Strategi yang digunakan oleh Pantene pada awalnya ialah dengan menampilkan wanita-wanita sukses seperti Anggun, Maudy, dan juga Raline Shah untuk menjadi bintang iklannya. Namun kemunculan pada iklan Pantene "Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged" yang dibintangi oleh Keanu Angelo dikatakan sangat kreatif, menghibur namun tetap memiliki pesan dari sebuah iklan. Keanu dipercaya untuk menjadi bintang dari sebuah iklan milik Pantene tentunya dianggap sebagai hal yang tidak biasa. Pasalnya, bintang iklan Pantene yang biasanya memakai jasa perempuan kali ini menggunakan sosok pria yang dianggap cukup nyentrik.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dimana data dan hasil dipaparkan dalam bentuk penjelasan deskriptif (Sugiono, 2016).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa kreatifitas, unsur humor, daya tarik iklan dan

efektivitas iklan Pantene Keanu rambut ke charged berada pada kategori cukup baik atau sedang. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan kreativitas iklan, unsur humor, serta kualitas pesan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas iklan Pantene #RambutKeCharged di sosial media, hal ini didasarkan pada hasil uji f diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($152.906 > 2.627$) dan signifikansi ($pvalue$) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial kreativitas iklan, unsur humor, dan kualitas pesan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas iklan Pantene #RambutKeCharged di sosial media, hal ini dikarenakan hasil t_{hitung} masing-masing $> t_{tabel}$ (1.966) dan signifikasni < 0.05 .

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kreativitas iklan, unsur humor dan daya tarik iklan terhadap efektivitas iklan Pantene Keanu rambut ke charged, maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut:

1. Kreativitas iklan, unsur humor, serta kualitas pesan iklan memiliki pengaruh positif serta signifikan pada efektivitas iklan Pantene #RambutKeCharged di sosial media.
2. Kreativitas iklan memiliki pengaruh positif serta signifikan pada efektivitas iklan Panten #RambutKeCharged.
3. Unsur humor memiliki pengaruh positif serta signifikan pada efektivitas iklan Panten #RambutKeCharged.
4. Daya tarik iklan memiliki pengaruh positif serta signifikan pada efektivitas iklan Panten #RambutKeCharged.

B. Saran

Mengikuti impak penelitian telah didapatkan, dapat dicangkep peneliti beberapa saran, yaitu berikut:

1. Untuk pihak PT. Unilever Indonesia Tbk selaku pemilik produk Pantene, diharapkan kian meninggikan serta memperhatikan keefektivitasan iklan dengan mengawal serta kian meninggikan daya tarik iklan yang kukuh serta dalam segi kualitas pelayanannya.
2. Perlu selalu adanya pembaruan dalam iklan, dan tetap mempertahankan slogan dari sampo pentene #RambutKeCharged.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan pokok pembahasan yang sama, diharapkan dapat menambahkan faktor

lainnya yang mampu mempengaruhi efektivitas iklan Pantene, selain itu dapat menggunakan pendekatan dan analisis lainnya, agar hasil penelitian lebih beragam dan lengkap.

DAFTAR RUJUKAN

AA. Anwar Prabu Mangkunegara, 2013. Manajemen Sumber Husaini Usman, & Purnomo Setiady Akbar, R. 2017. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Notoatmodjo, S (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Pratiwi, Reni Intan. 2020. *Pengaruh Fitur Instagram QnA @KeanuGl terhadap Peniruan Gaya Bahasa*. Jakarta: Universitas Satya Negara.

Ramadhan, Muhammad Shamil. 2021. *Analisis Pengaruh Endorser Credibility, Consumer Perception of Quality, dan Brand Loyalty Terhadap Purchase Intention, Telaah pada Selebgram Keanuagl*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Singarimbun, dan Effendi. 2019. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.

Sumber Lain:

Majalah franchise edisi 24 September 2020 (<https://majalahfranchise.com/selebgram-keanu-angelo-mantap-menjadi-franchisee-street-boba/>).

Majalah celebrities edisi 19 Februari 2022 (<https://www.celebrities.id/read/biodata-dan-kekayaan-keanu-B9S2j1>).

Majalah today. line edisi 20 Juli 2020 (<https://today.line.me/id/v2/article/e8LQ80>)