

**PENGARUH PENGGUNAAN MODEL IKLAN BELLA
ALMIRA PADA IKLAN TVC SHAMPOO SUNSILK *CLEAN
AND FRESH* TERHADAP PENGUATAN *BRAND
POSITIONING*
(Survei pada Siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jakarta)**

Mela Puspitasari

Abstrak

Latar belakang dalam penelitian ini membahas tentang penggunaan model iklan pada suatu produk untuk menciptakan posisi merek dalam pasar. SunsilK *Clean and Fresh* memperkuat posisi merek sebagai shampoo khusus untuk perempuan berhijab dengan menggunakan model iklan Bella Almira yang dikenal sebagai *image* perempuan berhijab. Tujuan dilakukan penelitian, agar dapat menghitung seberapa besar pengaruh yang timbul dari penggunaan model iklan terhadap *brand positioning*. Manfaat penelitian menjadi acuan dan referensi sebagai penelitian yang sejenis dalam Ilmu Komunikasi khususnya Periklanan. Kerangka teori berisi konsep teori mengenai Komunikasi, tujuan komunikasi, proses komunikasi, komunikasi massa, karakteristik komunikasi massa, periklanan, tujuan periklanan, televisi sebagai media periklanan. Dengan definisi konsep Model iklan sebagai orang yang menjadi juru bicara merek dalam iklan agar cepat melekat dibenak konsumen sehingga konsumen mau membeli merek tersebut. Selain itu model iklan dapat juga digunakan sebagai alat yang cepat untuk mewakili segmen pasar yang dibidik. *Brand Positioning* itu menempatkan merek dibenak konsumen untuk menciptakan asosiasi tertentu yang diinginkan dalam hubungannya dengan persaingan merek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian eksplanatif, dengan metode survei ke lapangan dengan menyebar kuesioner sebagai bahan penelitian. Setelah melakukan uji hipotesis t tabel nilainya ditentukan pada tingkat signifikansi 0,10 dan $df = n-2$, yaitu $74-2= 72$. Dengan demikian nilai t tabel adalah 1,658. Berdasarkan perhitungan tersebut, hasil perhitungan thitung 5,077 t tabel yaitu 1,658 maka dapat ditentukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 21,7% antara model iklan Bella Almira terhadap *brand positioning* bagi siswi Madrasah Aliyah Negeri 4 Jakarta.

Kata Kunci : Model iklan, shampoo sunsilK *Clean and Fresh*, *Brand Positioning*

**THE INFLUENCE OF THE USE ADVERTISING MODELS
BELLA ALMIRA IN ADVERTISEMENT TVC SUNSILK
CLEAN AND FRESH SHAMPOO ON THE STRENGTHENING
OF BRAND POSITIONING
(Survey for Students at State Madrasah Aliyah 4 Jakarta)**

Mela Puspitasari

Abstract

A background in research discussed on the use of the advertising models in a product to create position brand in the market. Sunsilk Clean and Fresh strengthen the position of brand as shampoo for women hijabers with use the advertising models Bella Almira. The purpose of research, to calculate how big the influence of arising from the use of advertising model to brand positioning. Benefits of becoming a reference and reference research as similar research in Communication Studies notably an advertising. The theoretical framework of theoretical concepts regarding Communications, communications purpose, communication process, mass communications, mass communication characteristic, advertising, advertising process, television as an advertising medium. To definition the concept of advertising model as be a spokesperson brand in advertising to quickly attached to consumers want to buy the brand. In addition model can also be used a quick to represent market segment. Brand positioning that's puts brand consumers to create association certain desired in competition brand. The method used is quantitative method using an explanatory type of research, survey method to spread the field with a questionnaire as research material. Once the test pass hypothesis t table value is determined at the significance level of 0.10 and $df = n-2$, which is $74-2 = 72$. Thus t table value is 1.658. Based on these calculations, the calculation results t count 5,077 1.658 t table it can be determined that H_0 is rejected and H_a accepted. It can be concluded there is significant influence 21,7% between the advertising models Bella Almira of the brand positioning for students at State Madrasah Aliyah 4 Jakarta.

Keywords: Advertising models, Sunsilk Clean and Fresh Shampoo, Brand Positioning