

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan periklanan yang cepat di era digital saat ini memacu perusahaan-perusahaan untuk mengiklankan produk dan jasa yang ditawarkan melalui macam-macam media seperti televisi, radio, dan juga media online seperti *youtube*. Iklan sendiri sangat dibutuhkan untuk mempromosikan dan menginformasikan produk kepada konsumen agar menarik minat beli konsumen maupun calon konsumen sehingga melakukan tindakan pembelian produk tersebut. Perusahaan-perusahaan bersaing melakukan promosi dengan cara menciptakan iklan yang unik dan menarik dari produk agar tidak kalah dari kompetitor-kompetitornya.

Iklan yang dikonsumsi masyarakat juga sangat bermacam-macam produk dan jasa yang ditawarkan dari iklan-iklan tersebut. Banyaknya iklan ini disebabkan oleh persaingan bisnis yang semakin ketat. Iklan yang unik akan mudah diingat oleh konsumen karena memiliki daya tarik dan ciri khas yang tidak pernah dilihat oleh konsumen. Hal ini membuat persaingan di dunia periklanan ketat. Oleh karena itu, perusahaan harus menyiapkan strategi promosi dan strategi pemasaran untuk mengenalkan produk atau jasanya.

Daya tarik iklan merupakan strategi persuasif terhadap konsumen untuk membeli suatu produk dan jasa karena produk tersebut adalah yang terbaik atau dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen. Tujuan dari iklan adalah membujuk pelanggan, dan daya tarik iklan menyediakan cara yang tepat untuk memungkinkan terjadinya persuasi. Daya tarik iklan sendiri bisa berupa gambar dan bahasa yang baik mengenai produk, konsumen akan lebih percaya terhadap informasi produk yang dipromosikan.

Iklan produk Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen yang menyukai kendaraan motor dan produk Yamaha, karena Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* berbeda dengan produk Yamaha sebelumnya, produk Yamaha ini merupakan kendaraan motor Yamaha pertama dengan teknologi *Blue Core Hybrid* dan *Y-Connect*. Iklan Yamaha Fazzio ini juga mempunyai visual yang *colorful* pesan yang informatif sebagai salah satu daya tarik iklannya.

Iklan produk Yamaha khususnya sepeda motor Fazzio *Hybrid-Connected* dalam setiap kemunculannya mengemas ide yang bisa menarik konsumennya supaya ingin membeli produknya. Dengan konsep iklan seperti menunjukkan kelebihan spesifikasi sepeda motor dari sisi teknis maupun desain yang terkini akan tetapi memiliki harga yang terjangkau dan sangat cocok digunakan untuk generasi anak muda. Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* pada saat ini mengemas konsep iklan yang unik dan terkini, di dalamnya menginformasikan bahwa iklan motor Fazzio merupakan salah satu motor yang wajib dimiliki oleh generasi anak muda masa kini karena dapat meningkatkan kepercayaan diri atau dapat membuat pemilik motor merasa keren ketika memiliki motor Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected*.

Iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* beriklan di berbagai media, salah satunya yaitu Televisi. Media televisi merupakan salah satu media yang digunakan untuk beriklan pada saat ini, dimana televisi bisa memberikan berbagai informasi-informasi untuk konsumen tentang produk dan jasa yang diiklankan di televisi. Televisi bisa mempengaruhi pandangan konsumen ketika menerima pesan iklan karena iklan ditayangkan secara terus menerus dan sering muncul dalam bentuk *audiovisual*, yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan dan memahami dari isi pesan iklan dan informasi-informasi dari produk dan jasa yang ditawarkan oleh iklan televisi tersebut.

Iklan televisi biasanya memiliki durasi yang pendek misalnya 30 detik, dalam waktu yang singkat tersebut calon konsumen dapat mengkonsumsi dan memahami iklan yang ditayangkan di televisi tersebut. Oleh karena itu, dalam durasi yang pendek

pengiklan harus mempunyai iklan dengan konsep yang semenarik mungkin agar konsumen tertarik dengan produk yang diiklankan dan juga mempertimbangkan fokus pemasaran terhadap para konsumen seperti memilih jam tayang yang sesuai dengan keseharian konsumen.

Iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* versi “*Color Up Your Life*” biasanya tayang di televisi pada jam tayang program MotoGP, yaitu program sepeda balap motor internasional, yang memungkinkan konsumennya adalah penggemar otomotif atau sepeda motor. PT Yamaha Indonesia *Motor Manufacturing* adalah sebuah perusahaan yang memproduksi sepeda motor. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 6 Juli 1974. Pabrik sepeda motor Yamaha mulai beroperasi di Indonesia sekitar tahun 1969, sebagai suatu usaha perakitan *body* dan mesin, dan logo yang artinya gabungan tiga negara di garputala dalam satu sirkulasi di brand Yamaha diciptakan desainer YMCFI (*Yamaha Manufacturing Corporation For Indonesia*), yang mana dahulu semua komponen didatangkan dari Jepang namun sekarang dari dalam negeri Indonesia. (<https://www.yamaha-motor.co.id>).

Yamaha juga tidak mau ketinggalan akan persaingan yang semakin kuat karena banyak perusahaan kompetitor, salah satu kompetitor dari Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* ini adalah Honda Scoopy dan Honda Genio. Oleh karena itu dalam meningkatkan penjualan agar tidak kalah dengan kompetitor, Yamaha selalu membuat inovasi-inovasi seperti model dan juga teknologi baru yang canggih di dalam produknya. Yamaha juga melakukan beberapa strategi pemasaran berupa iklan yang dibuat secara unik dan semenarik mungkin yang cocok terhadap target pasarnya sehingga dapat meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

Tabel 1.1

Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* dan Kompetitor-kompetitor

Brand	Produk	Harga	Varian	Jenis Motor
Yamaha	Yamaha Fazzio <i>Hybrid-Connected</i>	mulai dari Rp 23,05 Juta	Fazzio Lux Fazzio Neo	Skutik 125cc
Honda	Honda Scoopy	mulai dari Rp 22,52 Juta	Scoopy Fashion Scoopy Sporty Scoopy Prestige Scoopy Stylish	Skutik 110cc
Honda	Honda Genio	mulai dari Rp 19,73 Juta	Genio CBS Genio CBS-ISS	Skutik 110cc

Sumber: oto.com diakses pada bulan September 2024

Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* adalah jenis motor skutik 125cc yang harganya mulai dari Rp 23,05 Juta, mempunyai 2 varian yaitu Fazzio Lux dan Fazzio Neo. Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* dilengkapi teknologi *Y-Connect*, merupakan pertama di motor buatan Indonesia. Memiliki desain simple, headlight yang unik dan sentuhan grafis serta warna modern. Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* juga dilengkapi sistem *One Push Start*, dan telah menggunakan *Smart Key System*, yang dilengkapi dengan fitur *Answer Back System*, serta *Electric Power Socket* mengisi daya *gadget* pengendara. Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* mempunyai kapasitas tangki bahan bakar 5,1 L, ruang penyimpanan luas dengan *Double Hook Carabiner*, serta *Spacious Lidded* dan *Open Pocket* serta kapasitas bagasi 17,8 L yang luas, sehingga dapat menampung barang bawaan lebih banyak saat berkendara sepeda motor.

Kompetitor pertama dari Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* adalah Honda Scoopy, jenis motor skutik 110cc, harga mulai dari Rp 22,52 Juta, mempunyai 4 varian yaitu *Scoopy Fashion*, *Scoopy Sporty*, *Scoopy Prestige*, dan *Scoopy Stylish*.

Spesifikasi Honda Scoopy dilengkapi dengan fitur ESP (*Enhanced Smart Power*) dan ISS (*Idling Stop System*) dan lampu penerangan utama LED atau tipe rangka menggunakan ESAF (*Enhanced Smart Architecture Frame*) untuk varian *Stylish* dan *Prestige* menggunakan *Smart Key System*, *Answer Back System* dan *Anti Theft Alarm*, dan untuk varian *Sporty* dan *Fashion* menggunakan Kunci Kontak Bermagnet Otomatis. (<https://www.astra-honda.com/>)

Kompetitor kedua dari produk Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* adalah Honda Genio. Honda Genio memiliki desain yang modern dan stylish. Fitur Honda Genio dilengkapi dengan lampu depan LED, panel instrumen digital, , Charger USB, Honda bagasi berkapasitas 14 liter Stop & Start System pada varian Genio CBS-ISS. Fitur Stop & Start System pada varian Honda Genio CBS-ISS. Honda Genio juga memiliki teknologi fuel injection yang membuatnya lebih efisien dalam penggunaan bahan bakar. Honda Genio juga memenuhi standar emisi gas buang Euro 3, yang membuatnya lebih ramah lingkungan dan sesuai dengan aturan pemerintah mengenai emisi gas buang pada sepeda motor. (<https://www.astra-honda.com/>)

Produk-produk kompetitor Yamaha Fazzio ini memiliki jenis motor, fitur-fitur, dan harga yang mirip dengan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected*. Bukan hanya jenis motor dan fitur saja, segmentasi pasar yang dimiliki oleh produk-produk ini sama yaitu generasi anak muda.

Iklan-iklan dari kompetitor Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* ini juga terdapat kesan yang tidak jauh dari konsep iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected*. Iklan Honda Scoopy yang berjudul "*Move Youniquely Ahead*" dan Iklan Honda Genio yang berjudul "#Gen_Eksis". Iklan-iklan tersebut menunjukkan spesifikasi terbaru yang terdapat pada sepeda motor, seperti *LED Headlight* dan teknologi-teknologi baru lainnya. Ketiga iklan menunjukkan desain-desain motor terbarunya yang mempunyai pesan iklan yang menargetkan generasi anak muda, seperti iklannya mengatakan

bahwa bisa bebas berekspresi dan tampil keren dengan mempunyai sepeda motor tersebut.

Pembelian produk Yamaha tersebut melalui tahapan-tahapan dan proses-proses dimana konsumen harus mengetahui informasi produk tersebut baik secara perseorangan dengan mengetahui iklan dari produk tersebut atau mengetahui informasi dari kelompok dimana penyampaian informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sehingga konsumen mendapatkan informasi. Sehingga dapat menimbulkan minat beli terhadap suatu produk khususnya otomotif.

Gambar 1.1

Iklan Yamaha Fazzio Hybrid-Connected Versi Color Up Your Life



Sumber : Youtube diakses pada bulan September 2023

Iklan Yamaha Fazzio Hybrid-Connected Versi “Color Up Your Life” menunjukkan bahwa motor Yamaha Fazzio Hybrid-Connected hadir dengan desain yang fresh, simple dan modern bagi generasi anak muda masa kini untuk mengekspresikan keunikan gayanya masing-masing. Selain itu, Yamaha Fazzio Hybrid-Connected memiliki fitur yang smart & teknologi modern melalui mesin Blue Core Hybrid & Yamaha Motorcycle Connect yang mengkoneksikan sepeda motor dengan smartphone pada aplikasi Y-Connect.

Dalam pembuatan iklan tentunya pesan dan segmentasi pasar sangat dibutuhkan, dengan isi pesan yang dimiliki Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* di televisi dan segmentasi pasar yang menargetkan anak muda atau generasi Z, penelitian ini ingin mengetahui apakah daya tarik iklan dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini ingin mengetahui apakah daya tarik iklan dari Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* Versi “*Color Up Your Life*” dapat mempengaruhi penonton iklan untuk memiliki minat beli terhadap produk Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* khususnya pada followers akun Instagram @yamahaindonesia.

B. Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan periklanan saat ini?
2. Apakah ada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan tindakan pembelian?
3. Apakah ada daya tarik iklan televisi Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* Versi “*Color Up Your Life*”?
4. Seberapa besar pengaruh daya tarik iklan televisi Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* Versi “*Color Up Your Life*” terhadap minat beli?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penelitian ini hanya dibatasi pada Pengaruh Daya Tarik Iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* Versi “*Color Up Your Life*” di Televisi Terhadap Minat Beli (Survey Pada Followers Akun Instagram @yamahaindonesia).

D. Rumusan Masalah

Dari pembatasan masalah diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu apakah ada pengaruh daya tarik iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* Versi “*Color Up Your Life*” di Televisi Terhadap Minat Beli?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Daya tarik iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* Versi “*Color Up Your Life*” di televisi.
2. Minat beli followers akun Instagram @yamahaindonesia terhadap Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected*.
3. Pengaruh daya tarik iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* di televisi terhadap minat beli followers akun Instagram @yamahaindonesia.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya konsentrasi *Advertising*, yang dapat dijadikan referensi penelitian masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* dan juga dapat menambahkan tingkat kreativitas iklan agar menjadi iklan yang terbaik dan dapat mempengaruhi daya tarik konsumen untuk minat beli.