

Tanggapan Khalayak Sasaran Terhadap Iklan Televisi Kontes Membuat Jingle (Studi Deskriptif Iklan Televisi Jingle Indomie pada murid SMA Ketapang)

Adryans, S.Si, M.Sn¹, Reny Yulyati Br Lumban Toruan, M.Sn.²

^{1,2}Politeknik Negeri Media Kreatif

Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan

Email: adryans851001@gmail.com¹, renylumbantoruan31@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tanggapan target audience khususnya siswa SMA ketapang terhadap iklan Televisi Jingle dare Indomie. Iklan televisi Jingle dare Indomie memberi kesempatan kepada siswa SMA untuk membuat jingle yang akan digunakan pada iklan Indomie. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi tanggapan target audience terhadap iklan Jingle dare Indomie. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teori AIDDA.

Kata Kunci: Iklan, Televisi, Jingle dare, Indomie

ABSTRACT

This research aim to analyze about comment of target audience especially for high school student of SMA Ketapang Jakarta to Indomie Jingle dare advertisement in television. The Indomie Jingle dare advertisement give opportunity to high school student to compose jingle for Indomie that will be used on Indomie advertisement. This research aims to identify target audience respond to Indomie Jingle dare advertisement. This research use descriptive quantitative method with AIDDA theory.

Keywords: Television, Commercial, Jingle dare, Indomie

PENDAHULUAN

Jingle iklan sangat besar pengaruhnya dalam menanamkan brand image di benak pemirsa. Selain itu, jingle juga berfungsi sebagai pengingat. Tujuan utama jingle lebih pada penanaman brand image, maka keberhasilan brand awareness sebuah jingle sulit diukur. Pasalnya tujuan jingle lebih pada menanamkan kesan di benak konsumen. Berbeda dengan promosi penjualan, dampaknya bias langsung terlihat dari jumlah produk yang terjual. Jika suatu jingle sering dinyanyikan oleh orang, terutama anak-anak, berarti sudah memiliki recall yang tinggi.

Salah satu produk Indofood adalah produk mie instant, yaitu Indomie. Iklan televisi Indomie menggunakan elemen-elemen visual, musik, kata-kata, sound

effects dalam penyampaian pesannya. Pada iklan televisi Indomie versi jingle dare, pihak Indomie mengadakan kontes membuat jingle Indomie bagi grup band SMA. Indomie memberikan kesempatan anak-anak SMA untuk membuat aransemen baru pada jingle Indomie yang sudah ada atau membuat jingle Indomie yang sama sekali baru dalam lirik, melodi, dan aransementnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah metode Deskriptif Kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu *variable* atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau

menghubungkan dengan variable yang lain.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMA Ketapang, Jakarta Barat yang pernah menonton iklan televisi *Jingle dare* Indomie. Penulis memilih murid SMA Ketapang sebagai sampel karena sesuai dengan target audience dari iklan jingle dare Indomie yaitu murid SMA dan juga SMA Ketapang cukup aktif dalam kegiatan bermusik dan pentas seni

Untuk sampel pada penelitian ini, diambil sampel dari siswa-siswi kelas 1-3 SMA Ketapang. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Sampel kepada pria dan wanita.
2. Status : Pelajar .
3. Usia : 16 - 18 tahun.
4. Kelas sosial : B / C.
5. Kriteria khusus : bagi yang pernah melihat iklan televisi *Jingledare* Indomie.

Dalam penelitian ini, sampel diambil dan dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu yang sudah pernah melihat iklan televise *Jingledare* Indomie. Data yang diambil dari populasi yang berjumlah 185 siswa - siswi SMA Ketapang, Jakarta Barat.

Dalam penelitan ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara menyerahkan daftar pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk kuesioner kepada responden secara langsung atau tidak langsung (melalui perantara). Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang dibuat dengan skala Likert.

Metode analisa data yang digunakan adalah metode analisa kuantitatif. Skala Likert digunakan untuk mengukur variabel penelitian seperti pendapat, sikap, persepsi seseorang atau sekelompok orang. Untuk analisis penelitian kuantitatif, maka jawaban-jawaban dari kuesioner diberi skor :

- | | |
|------------------------|---|
| 1. Sangat Setuju | 5 |
| 2. Setuju | 4 |
| 3. Ragu - ragu | 3 |
| 4. Tidak Setuju | 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju | 1 |

Rumus perhitungan presentase angka

$$P = \frac{fi}{\sum fi}$$

Keterangan :

P = Presentase responden yang memilih kategori tertentu

fi = Jumlah Responden yang memilih kategori tertentu

$\sum fi$ = Banyaknya jumlah responden

Setiap jawaban responden dari pertanyaan yang diberikan mempunyai nilai bobot tertentu. Perhitungan nilai dilakukan dengan menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing-masing bobotnya dibagi jumlah total frekuensi.

$$\text{Rata-rata (x)} = \frac{\sum xi \cdot fi}{n}$$

Keterangan =

xi = Nilai pengukuran ke-1

fi = Frekuensi kelas ke-1

n = Banyaknya responden

Karena rentang skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1 hingga 5, maka rentang skala penelitian yang didapat adalah :

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan perhitungan di atas nilai untuk rentang skala yang digunakan adalah 1. Dari nilai tersebut penulis membagi selisih nilai menjadi 5 kategori yaitu :

1. Sangat setuju, apabila nilai rata-rata dari jawaban responden adalah lebih besar dari 4,2 sampai dengan 5
2. Setuju, apabila nilai rata-rata dari jawaban responden adalah lebih besar dari 3,4 sampai dengan 4,2
3. Ragu-ragu, apabila nilai rata-rata dari jawaban responden adalah lebih besar dari 2,6 sampai dengan 3,4
4. Tidak setuju, apabila nilai rata-rata jawaban responden adalah lebih besar dari 1,8 sampai dengan 2,6
5. Sangat Tidak Setuju, apabila nilai rata-rata jawaban responden adalah 1 sampai dengan 1,8

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian langsung ke lapangan, maka penulis mendapatkan hasil akhir dari data responden yang disebar ke 65 orang siswa SMA Ketapang, yang menyatakan dirinya pernah menonton iklan Jinglebare Indomie di televisi. Untuk mengetahui karakteristik responden yang berjumlah 65 orang, penulis mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan identitas responden seperti usia, hobi, dan apakah pernah melihat iklan Jinglebare Indomie. Dalam sub-sub ini juga terdapat hasil penelitian penulis yang telah dianalisis. Jumlah mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin adalah wanita sebanyak 52,31%

Berdasarkan data, jumlah mayoritas responden yang pernah melihat iklan Jinglebare Indomie sebanyak 100%

Berdasarkan data, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan iklan Jinglebare Indomie menarik untuk ditonton adalah 72,3%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{233}{65} = 3,58$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa iklan Jinglebare Indomie menarik untuk ditonton diperoleh nilai rata-rata 3,58 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Berdasarkan data, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan cara penyampaian informasi pada iklan Jinglebare Indomie menarik adalah 78,46%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{242}{65} = 3,72$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa cara penyampaian informasi pada iklan Jinglebare Indomie menarik diperoleh nilai rata-rata 3,72 dimana posisi nilai rata-rata

pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Berdasarkan data, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan responden menyukai gaya anak SMA yang bermain band pada iklan Jinglebare adalah 83,08%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{256}{65} = 3,94$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa responden menyukai gaya anak SMA yang bermain band pada iklan Jinglebare diperoleh nilai rata-rata 3,94 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Berdasarkan data, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan musik yang dimainkan anak SMA pada iklan Jinglebare menarik adalah 84,61%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{260}{65} = 4$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan musik yang dimainkan anak SMA pada iklan Jinglebare menarik diperoleh nilai rata-rata 4 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan kesempatan untuk membuat jingle Indomie bagi murid SMA adalah kesempatan yang menantang adalah 70,77%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{227}{65} = 3,49$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa kesempatan untuk membuat jingle Indomie bagi murid SMA adalah kesempatan yang menantang diperoleh nilai rata-rata 3,49 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Tabel Musik adalah salah satu sarana untuk remaja mengekspresikan dirinya

| Jawaban | x | F | fx | % |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 47 | 235 | 72,31% |
| Setuju (S) | 4 | 17 | 68 | 26,15% |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | - | - | - |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | - | - | - |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 1 | 1 | 1,54% |
| Jumlah | 5 | 65 | 304 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan musik adalah salah satu sarana remaja mengekspresikan dirinya adalah 98,45%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{304}{65} = 4,68$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan musik adalah salah satu sarana remaja mengekspresikan dirinya diperoleh nilai rata-rata 3,94 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi sangat setuju.

Tabel Menurut saya iklan televisi Jinglebare Indomie memberi kesempatan bagi muidr SMA untuk mengembangkan dan menyalurkan bakat musiknya

| Jawaban | x | f | fx | % |
|--------------------|---|----|-----|--------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 28 | 140 | 43,08 |
| Setuju (S) | 4 | 31 | 124 | 47,69% |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | 1 | 3 | 1,54% |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 5 | 10 | 7,69% |

| | | | | |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | - | - | - |
| Jumlah | 5 | 65 | 277 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan iklan Jinglebare Indomie memberi kesempatan murid SMA mengembangkan dan menyalurkan bakat musiknya adalah 90,77%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{277}{65} = 4,26$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa iklan Jinglebare Indomie memberi kesempatan murid SMA mengembangkan dan menyalurkan bakat musiknya diperoleh nilai rata-rata 4,26 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi sangat setuju.

Tabel Menurut saya hadiah bagi pemenang Jinglebare Indomie besar jumlahnya

| Jawaban | x | f | fx | % |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 10 | 50 | 15,38 |
| Setuju (S) | 4 | 35 | 140 | 53,85 |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | - | - | - |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 18 | 36 | 27,69 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 2 | 2 | 3,08% |
| Jumlah | 5 | 65 | 228 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan hadiah pemenang Jinglebare Indomie besar jumlahnya adalah 69,23%

$$\text{Rata-rata (x)} = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{228}{65} = 3,51$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa hadiah pemenang Jinglebare Indomie besar jumlahnya diperoleh nilai rata-rata 3,51 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Tabel Saya tertarik untuk mendapatkan uang hadiah jutaan Rupiah sebagai pemenang

| Jawaban | x | f | fx | % |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 25 | 125 | 38,46% |
| Setuju (S) | 4 | 26 | 104 | 40% |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | 3 | 9 | 4,62% |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 6 | 12 | 9,23% |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 5 | 5 | 7,69% |
| Jumlah | 5 | 65 | 255 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan responden tertarik mendapatkan uang hadiah sebagai pemenang Jinglebare Indomie adalah 78,46

$$\text{Rata-rata (x)} = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{255}{65} = 3,92$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa responden tertarik mendapatkan uang hadiah sebagai pemenang Jinglebare Indomie diperoleh nilai rata-rata 3,92 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Tabel Saya ingin menjadi terkenal dan dikagumi banyak Orang sebagai pemenang

| Jawaban | x | f | Fx | % |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 14 | 70 | 21,54% |
| Setuju (S) | 4 | 32 | 128 | 49,23% |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | 4 | 12 | 6,15% |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 9 | 18 | 13,85% |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 6 | 7 | 9,23% |
| Jumlah | 5 | 65 | 235 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan responden ingin menjadi terkenal dan dikagumi banyak orang sebagai pemenang adalah 70,77%

$$\text{Rata-rata (x)} = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{235}{65} = 3,61$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa responden ingin menjadi terkenal dan dikagumi banyak orang sebagai pemenang diperoleh nilai rata-rata 3,61 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Tabel Saya ingin berkarir di industri musik jika berhasil jadi pemenang Jinglebare Indomie

| Jawaban | x | f | Fx | % |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 12 | 60 | 18,46% |
| Setuju (S) | 4 | 30 | 120 | 46,15% |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | 15 | 45 | 23,08% |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 6 | 12 | 9,23% |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 2 | 2 | 3,08% |
| Jumlah | 5 | 65 | 239 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan responden ingin berkarir di industri musik jika berhasil jadi pemenang Jingleware adalah 64,61%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{239}{65} = 3,68$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa responden ingin berkarir di industri musik jika berhasil jadi pemenang Jingleware diperoleh nilai rata-rata 3,68 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Tabel Saya ingin menciptakan jingle untuk Indomie bersama teman-teman saya

| Jawaban | x | f | fx | % |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 10 | 50 | 15,38% |
| Setuju (S) | 4 | 27 | 108 | 41,54% |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | 15 | 45 | 23,08% |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 11 | 22 | 16,92% |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 2 | 2 | 3,08% |
| Jumlah | 5 | 65 | 227 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan responden ingin menciptakan jingle Indomie adalah 56,92%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{227}{65} = 3,49$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa responden ingin menciptakan jingle Indomie diperoleh nilai rata-rata 3,49 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Tabel Saya mau mengikuti kontes Jingleware Indomie

| Jawaban | x | f | Fx | % |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 9 | 45 | 13,85% |
| Setuju (S) | 4 | 30 | 120 | 46,15% |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | 19 | 57 | 29,23% |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 7 | 14 | 10,77% |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | - | - | - |
| Jumlah | 5 | 65 | 237 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan responden mau mengikuti Jingleware Indomie adalah 60%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum xi. fi}{n} = \frac{237}{65} = 3,65$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa responden mau mengikuti Jingleware Indomie diperoleh nilai rata-rata 3,57 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi setuju.

Tabel Saya mau mengirimkan jingle yang telah saya ciptakan kepada pihak penyelenggara kontes Jingleware Indomie

| Jawaban | x | f | fx | % |
|---------------------------|----------|-----------|------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 9 | 45 | 13,85% |
| Setuju (S) | 4 | 28 | 112 | 43,08% |
| Ragu-ragu (RR) | 3 | 16 | 48 | 24,62% |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 8 | 16 | 12,31% |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 4 | 4 | 6,15% |
| Jumlah | 5 | 65 | 225 | 100% |

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju

dengan pernyataan responden mau mengirimkan jingle yang telah diciptakan kepada pihak penyelenggara adalah 56,93%

$$\text{Rata-rata } (x) = \frac{\sum x_i \cdot f_i}{n} = \frac{225}{65} = 3,46$$

Dari perhitungan nilai rata-rata mengenai pernyataan bahwa responden mau mengirimkan jingle yang telah diciptakan kepada pihak penyelenggara diperoleh nilai rata-rata 3,46 dimana posisi nilai rata-rata pada rentangan menunjukkan nilai positif posisi sangat setuju.

SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian dengan menggunakan kuesioner dengan teori AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) di SMA Ketapang Jakarta, peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Tanggapan penonton terhadap iklan televisi Jingle Indomie pada dimensi perhatian (attention), mendapatkan tanggapan yang positif. Dari jawaban yang didapat dari responden dapat disimpulkan kalau iklan tersebut disukai penonton televisi, iklan ini langsung menarik perhatian mereka saat tayang di televisi karena didukung dengan cara penyampaian informasi yang menarik dengan gaya bahasa yang sesuai dengan anak SMA. Model sekelompok anak berseragam SMA yang bermain band membawakan jingle Indomie menarik perhatian target audience karena mereka langsung mengerti bahwa iklan ini ditujukan untuk anak SMA.
2. Tanggapan penonton terhadap iklan televisi Jingle Indomie pada dimensi ketertarikan (interest), mendapatkan

tanggapan yang positif karena mereka menganggap kesempatan untuk membuat jingle Indomie bagi murid SMA adalah kesempatan yang menantang. Khalayak sasaran setuju bahwa musik adalah salah satu sarana untuk remaja dapat mengekspresikan dirinya. Sehingga iklan televisi Jingle Indomie memberi kesempatan untuk mengembangkan bakat musik mereka.

3. Tanggapan penonton terhadap iklan televisi Jingle Indomie pada dimensi keinginan (desire), mendapatkan tanggapan yang positif Hadiah uang jutaan rupiah yang ditawarkan menimbulkan keinginan khalayak sasaran untuk ikut serta. Dan daya tarik secara emosional yaitu menjadi terkenal dan dikagumi banyak orang juga menimbulkan keinginan khalayak sasaran untuk turut serta dalam Jingle Indomie.
4. Tanggapan penonton terhadap iklan televisi Jingle Indomie pada dimensi keputusan (decision), mendapatkan tanggapan yang positif. Khalayak sasaran mengaku ingin mencoba menciptakan jingle bersama teman-teman satu band mereka dan kemudian diikuti sertakan dalam Jingle Indomie. Walaupun ada sejumlah tanggapan negatif dari responden yang tidak ingin mengikuti Jingle Indomie karena takut mengganggu nilai pelajaran mereka di sekolah.
5. Tanggapan penonton terhadap iklan televisi Jingle Indomie pada dimensi tindakan (action),

mendapatkan tanggapan yang positif. Responden menyatakan akan mengirimkan jingle yang mereka telah ciptakan dan mereka mengaku tidak masalah

menang atau kalah, yang penting telah berusaha untuk mengembangkan bakat yang mereka miliki di bidang musik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004
- Durianto, Darmadi dkk. *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif (Strategi Program dan Teknik Pengukuran)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosda Karya, 2004
- Hakim, Abdul. *Statistika Deskriptif Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Ekonisia, 2004
- Hamidi. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang : UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah, 2007
- Hardiman, Ima. *400 Istilah Public Relations, Media dan Periklanan*. Jakarta : PT Buku Kita, 2006
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok - Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta : PT Bumi Aksara, 2003
- Kotler, Philip. *Marketing Insight From A to Z*. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2003
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003
- Lee, Monle dan Carla Johnson. *Prinsip - Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta : Prenada Media, 2004
- Lwin, May dan Jim Aitchison. *Clueless in Advertising*. Jakarta : PT Bhuana Ilmu Populer, 2005
- Morissan. *Media Penyiaran. Strategi Mengolah Radio dan Televisi*. Tangerang : Romdina Prakarsa, 2005
- Nasution, MA. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Nasution, Mustafa Edwin dan Hardius Usman. *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2007
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004
- Santosa, Sigit. *Advertising Guide Book*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Senjaja, Sasa Djuarsa. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, 1999
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004
- Supranto, J. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2000
- Umar, Husein. *Metode Riset Prilaku Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia, 2003
- Widjaja, HAW. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT Rlineka Cipta, 2000
- Widyatama, Rendra. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia, 2005
- Wirodono, Sunardian. *Matikan TV - Mu! Teror Media Televisi Indonesia*. Yogyakarta: Resist Book, 2005