

## ABSTRACT

Tugas akhir yang berjudul “*The Effect of English Usage in Wafer Tango’s Television Advertisements towards Wafer Tango’s Brand Image*” ini bertujuan untuk melihat apakah penggunaan bahasa Inggris dalam iklan Wafer Tango dapat mempengaruhi pandangan konsumen mengenai *brand image* Wafer Tango.

Untuk mengetahui pandangan konsumen tentang perubahan bahasa yang digunakan Wafer Tango terhadap *brand image* Wafer Tango, saya menggunakan kuesioner yang dibagikan pada pengunjung *Violetha Mini Market*. Dari hasil kuesioner didapat bahwa penggunaan bahasa Inggris dalam iklan Wafer Tango ini membawa dampak positif bagi *brand image* Wafer Tango. Penggunaan bahasa Inggris dalam iklan Wafer Tango mengesankan bahwa iklan ini mempromosikan produk dari luar negeri; dan hingga kini konsumen Indonesia masih mempunyai anggapan bahwa produk luar negeri pasti mempunyai kualitas yang baik. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa Inggris pada iklan Wafer Tango dapat memperkuat *brand image* Wafer Tango di benak konsumen.

Oleh sebab itu, produsen yang akan mempromosikan produknya melalui iklan harus memperhatikan iklan yang akan dibuat, baik itu dari segi bahasa yang digunakannya maupun dari segi ceritanya. Selain itu, produsen sebaiknya memastikan iklan yang dibuat itu berbeda dari iklan produk sejenis, memasukkan unsur logo ataupun slogan, sering mengulang iklan, memakai bahasa atau kata-kata yang tepat, dan memakai *endorser* yang menarik sehingga iklan tersebut mudah diingat konsumen dan akan memperkuat *brand image* produk tersebut di benak konsumen.

## LIST OF APPENDICES

- Appendix 1** : Questionnaire about *Wafer Tango*'s Advertisement in Indonesian  
Version towards Brand Image
- Appendix 2** : Questionnaire about *Wafer Tango*'s Advertisement in English  
Version towards Brand Image
- Appendix 3** : Number's meaning of Correlation

## TABLE OF CONTENTS

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>DECLARATION OF ORIGINALITY</b> .....	ii
<b>PREFACE</b> .....	iii
<b>TABLE OF CONTENTS</b> .....	v
<b>LIST OF APPENDICES</b> .....	vii
<b>CHAPTER 1 : INTRODUCTION</b> .....	1
1.1 Background of the Study .....	1
1.2 Identification of the Problem .....	2
1.3 Objectives of the Study .....	3
1.4 Benefits of the Study .....	3
1.5 Concise History of the Company .....	4
1.5.1 History of Orang Tua .....	4
1.5.2 Company's Vision and Mission .....	5
1.6 Product / Service of the Company .....	5
1.7 Limitation of the Study .....	6
1.8 Layout of the Term Paper .....	6
<b>CHAPTER 2 : THEORETICAL REVIEW</b> .....	8
2.1 Advertisement .....	8
2.1.1 Advertisement Definition .....	8

2.1.2 The Aim of Advertisement .....	8
2.2 Television Advertisement .....	9
2.2.1 The Strengths and Weaknesses .....	10
2.3 Language of Advertising .....	10
2.4 Brand Image .....	11
2.4.1 Brand Image Definition .....	11
2.4.2 The Strategy to Have Strong Brand Image ....	12
<b>CHAPTER 3 : PERFORMANCE OF THE RESEARCH.....</b>	<b>13</b>
3.1 Method of Study.....	13
3.1.1 Choice of Instrument.....	13
3.1.2 Data-gathering Process.....	13
3.1.3 Presentation of Data .....	14
<b>CHAPTER 4 : RESULT AND DISCUSSION OF THE RESULT...</b>	<b>25</b>
<b>CHAPTER 5 : CONCLUSION AND SUGGESTIONS .....</b>	<b>27</b>
<b>BIBLIOGRAPHY</b>	
<b>APPENDICES</b>	