



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 940-954

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Perbandingan Tagline "Jagonya Ayam" pada Iklan KFC dengan Tagline "We Got You" pada Iklan Wendy's terhadap Brand Awareness Produk bagi Pengguna Media Sosial X

Paskal Zefanya Malau¹, Talitha Aryana Salsabila², Fairuz Irhab Adinata Efendi³, Anisa Nur Azizah⁴, Cleo Firman Ferdinand⁵, Ahmad Rifki Alghifari⁶, Neysa Defi Maharani⁷, Endang Sholihatin⁸✉

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: endang.sholihatin.ak@upnjatim.ac.id⁸✉

Abstrak

Dalam memasarkan sebuah produk, diperlukan adanya promosi agar produk atau nama usaha tersebut dapat dikenal di kalangan masyarakat. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan ialah menggunakan tagline. Tagline merupakan kalimat singkat yang dibuat oleh suatu perusahaan untuk menyampaikan pesan inti dari suatu produk, layanan, atau brand dengan cara yang unik, menarik, dan mudah diingat. Tagline digunakan untuk mempengaruhi audiens dengan membangun Brand Awareness dan memperkuat identitas brand. Perusahaan-perusahaan besar seperti KFC dengan tagline "Jagonya Ayam" dan Wendy's dengan tagline "We Got You" telah berhasil menciptakan identitas kuat melalui kalimat yang singkat. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk 1) Mengetahui dampak penggunaan tagline dalam iklan KFC dan Wendy's terhadap tingkat Brand Awareness produk, 2) Mengetahui karakteristik tagline KFC dan Wendy's yang tepat dalam meningkatkan Brand Awareness di platform X, 3) Mengetahui apakah frekuensi tayang iklan tagline KFC dapat meningkatkan Brand Awareness menurut pengguna platform X. Penelitian menggunakan metode kualitatif melalui wawancara tidak langsung menggunakan google form yang disebar melalui media sosial X. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Penggunaan tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dan "We Got You" pada iklan Wendy's berdampak pada tingkat brand awareness produk. 2) Karakteristik tagline KFC lebih efektif dibandingkan Wendy's karena KFC memiliki karakteristik kalimat yang lebih singkat, mudah diingat, dan lebih relevan dengan produk utama yang dijual, yaitu ayam. 3) Frekuensi tayangan iklan berperan penting dalam meningkatkan brand awareness produk. Semakin sering suatu iklan ditayangkan, semakin kuat pengaruhnya terhadap ingatan konsumen dan pengakuan merek tersebut.

Oleh karena itu, penggunaan tagline yang tepat dan strategi iklan yang efektif dapat meningkatkan brand awareness secara signifikan.

Kata Kunci: *X, Tagline, Brand Awareness*

Abstract

In marketing a product, it is necessary to have a promotion so that the product or business name can be known among the public. One of the marketing strategies that can be done is to use a tagline. Tagline is a short sentence made by a company to convey the core message of a product, service, or brand in a unique, interesting, and memorable way. Tagline is used to influence the audience by building Brand Awareness and strengthening brand identity. Big companies such as KFC with the tagline "Jagonya Ayam" and Wendy's with the tagline "We Got You" have succeeded in creating a strong identity through short sentences. The purpose of this research is to 1) Find out the impact of using taglines in KFC and Wendy's ads on the level of product Brand Awareness, 2) Find out the right characteristics of KFC and Wendy's taglines in increasing Brand Awareness on platform X, 3) Find out whether the frequency of KFC tagline ads can increase Brand Awareness according to X platform users. Research using qualitative methods through indirect interviews using google forms that are distributed through social media X. The research results show that 1) The use of the tagline "Jagonya Ayam" on KFC ads and "We Got You" on Wendy's ads has an impact on the level of product brand awareness. 2) KFC tagline is more effective than Wendy's because it has the characteristics of shorter sentences, easy to remember, and more relevant to the main product sold, namely chicken. 3) The frequency of advertising impressions plays an important role in increasing product brand awareness. The more often an advertisement is shown, the stronger its influence on consumer memory and brand recognition. Therefore, the use of the right tagline and effective advertising strategy can significantly increase brand awareness.

Keywords: *X, Tagline, Brand Awareness*

PENDAHULUAN

Iklan adalah komunikasi pemasaran untuk mempromosikan produk, jasa, atau merek kepada khalayak melalui media seperti televisi, cetak, dan media sosial. Tujuannya adalah menarik perhatian, membangun Brand Awareness, dan mendorong konsumen untuk bertindak, seperti membeli produk. Pesan iklan dirancang secara kreatif menggunakan teks, gambar, suara, atau video agar menarik dan persuasif. "Iklan yang menjadi bagian dari promosi berguna untuk memperkenalkan produk dalam berbagai bentuk dan berbagai media seperti cetak, elektronik dan online." (Morissan 2014:240-328 dalam K Niya, AR Syahida, 2019).

Dalam sebuah iklan terdapat kalimat singkat atau frasa yang disebut *tagline* untuk menggambarkan ciri khas suatu produk. *Tagline* merupakan elemen penting dalam iklan

karena berfungsi sebagai pembeda atau penguat identitas merek. Dalam dunia iklan yang penuh persaingan, *tagline* menjadi cara efektif untuk meninggalkan kesan yang kuat dan mudah diingat audiens. *Tagline* itu seperti "kunci" yang menjadikan suatu merek atau produk menempel di ingatan audiens. Semuel dan Setiawan, (2018) menyatakan, *Tagline* yang efektif memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesadaran merek (*Brand Awareness*), yaitu sejauh mana sebuah merek mudah dikenali oleh konsumen. Kesadaran merek merupakan kunci penting bagi merek untuk meraih nilai tambah di mata konsumen, karena hal ini menunjukkan seberapa baik konsumen mengenali dan mengingat karakteristik unik dari suatu merek. Kesadaran merek dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti seberapa akurat konsumen mengenali merek, menyadari keberadaannya, serta mampu mengingat logo atau simbol merek tersebut (Balqis dan Ajizyah, 2024).

Bagehot dalam Ratminto dkk (2018:184) menjelaskan bahwa slogan iklan memiliki karakteristik yaitu sederhana (*simple*), mudah diingat (*memorable*) serta memperkuat merek (*strong*). Dua merek besar yang terkenal dengan *tagline* mereka yaitu KFC dan Wendy's, keduanya memanfaatkan *tagline* iklan untuk memperkuat citra merek dan menarik perhatian konsumen.

KFC dengan *tagline* "Jagonya ayam" telah berhasil menciptakan identitas kuat di pasar Indonesia karena mengasosiasikan dirinya sebagai ahli dalam menyajikan ayam goreng yang lezat. Sedangkan Wendy's dengan *tagline* "We Got You" membangun citra yang lebih ramah dan dekat dengan konsumennya dengan menyampaikan pesan bahwa mereka siap untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan layanan yang memuaskan. Kedua *tagline* ini memiliki gaya yang berbeda tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memperkuat *Brand Awareness*.

Penelitian ini relevan dengan tren pemasaran saat ini, di mana media sosial menjadi kanal utama bagi merek dalam membangun Brand Awareness, khususnya di kalangan generasi muda. Platform X, yang digunakan jutaan pengguna global, menjadi sarana efektif untuk menjangkau audiens. KFC dan Wendy's mengadopsi pendekatan berbeda dalam komunikasi merek, memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang efektif melalui *tagline*. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis dampak *tagline* iklan KFC dan Wendy's terhadap Brand Awareness, (2) Mengidentifikasi karakteristik *tagline* yang efektif untuk platform X, dan (3) Menilai pengaruh frekuensi tayang *tagline* KFC terhadap Brand Awareness di platform X.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan wawancara tidak langsung melalui google *form*. Menurut Mulyana (2008) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan data dan fakta melalui kata-kata secara menyeluruh terhadap subjek penelitian.

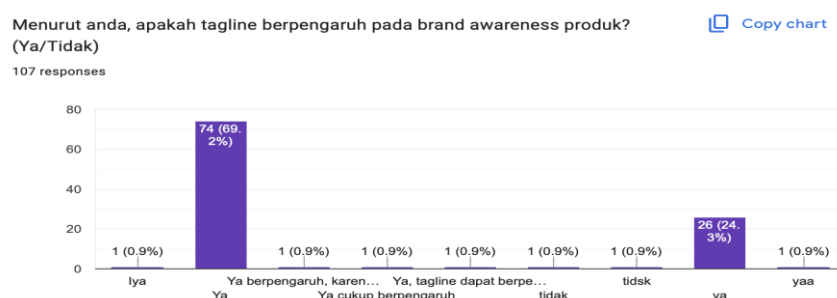
Penelitian ini menggunakan wawancara tidak langsung melalui google *form* yang berisi pertanyaan terkait dengan perbandingan *tagline* "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dengan *tagline* "We Got You" pada iklan Wendy's terhadap *Brand Awareness* produk bagi pengguna media sosial X untuk mengumpulkan data terkait topik yang akan diteliti dari sudut pandang konsumen. Objek pada penelitian ini adalah pengguna media sosial X. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Oktober hingga November 2024 dengan membagikan tautan google *form* yang telah dibuat melalui beberapa akun *menfess* dan komunitas pada sosial media X.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dampak penggunaan *tagline* dalam iklan KFC dan Wendy's terhadap tingkat *Brand Awareness* Produk



Gambar 1. Pengumpulan Data Melalui Media Sosial X di Laman @Yupienfess



Gambar 2. Persentase Pengaruh *Tagline* terhadap *Brand Awareness* Produk

1	Yurwestamp	Nama (Disupl Himpunan Mahasiswa tidak berkenan)	Instansi Pendidikan/ Pekerjaan (tidak berkenan)	Apakah Anda merasa bahwa pertama kali melihat tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC?	Apakah Anda merasa bahwa pertama kali melihat tagline "We Got You" pada iklan Wendy's?
2	10/30/2024 12:49:38	Sima	SMA	Ya	Ya
3	10/30/2024 12:53:36	Ahmad	SMAN Barat	ngiler haha	belum pernah lihat
4	10/30/2024 12:56:49	Bavor		Mudah diingat	Jaminkan kualitas dan kepuasan
5	10/30/2024 12:58:15	shah amanda		anak ah cuman aku lebih suka mie	bagus cuman kurang menarik
6	10/30/2024 13:13:40	asa	SMAN 1 BARAT	langsung memilih pesan apa saja karena Ayamnya KFC memang yang terbaik daripada yang lain	merasakan hal positif karena memiliki perasaan (jika kita bisa percaya pada brand Wendy's untuk kelengkapan kita
7	10/30/2024 13:23:26	Muhammad Hesti	UPN "Veteran" Jawa timur	ikah makanan cepat saji (fast food) yang disajikan oleh kfc	Dengan tagline we got you ini sedikit membangkitkan karena sebagai bisa mengura ke franchise lain dan "menganjurkan ke Wendy's sendiri.
8	10/30/2024 13:25:48	Yali	Sma	Pengin makan apa sih	Gak tau
9	10/30/2024 13:34:32	Maria	Perguruan Tinggi	Mudah diingat, karena kayak sudah paling meyakinkan banget tagline untuk kfc ini sendiri	Menurut saya pribadi saya merasakan adanya bahwa Wendy's menganti dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan.
10	10/30/2024 13:35:33	Gunika Kurniawati	UPNVT	wan keren	bagus makan
11	10/30/2024 13:36:37	Akhika Sandya Rakesa Naryama	UPN Veteran Jatin	Sudah sejak teringat akan Kaleratan kfc	Untuk tagline ini bagi saya cukup asing karena sebagai Wendy's yang terdengar sangat santai dan ramah. Tagline ini "We Got You" terdengar sangat profesional dan menunjukkan bahwa Wendy's siap memberikan solusi makanan yang diinginkan oleh konsumen. Gaya bahasa yang digunakan terasa lebih personal dan berkesan "mengayomi" pelanggan.
12	10/30/2024 13:43:00	awa		Saya merasa tagline ini langsung menonjolkan spesialisasi produk yang mereka jual yaitu ayam goreng KFC. Tagline ini cukup sederhana dan mengena karena menyampaikan citra sebagai ahli ayam "goreng" dalam hidangan ayam, sehingga meningkatkan kepercayaan pada kualitas produk ayamnya.	Wendy's memang memperhatikan kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda, seperti menyediakan pilihan menu yang lebih banyak dan menawarkan layanan yang ramah terhadap pelanggan.
13	10/30/2024 13:51:28	Daffa	UPN VETERAN, JATIM	maka pesanya bahwa ayam yang mereka jual pastinya enak	terdengar seperti mengedepankan pelayanannya yang ramah terhadap pelanggan.
14	10/30/2024 13:59:19	Perguruan Tinggi		terima eksentrik dan mengedepankan hal yang dijual belikan yaitu ayam	
15	10/30/2024 14:08:30	Amberton	Bumi	Merasa tertarik untuk mencoba menu ayamnya	Ini saya kurang tahu, seperti untuk menarik pelanggan (?)

Gambar 3. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" Pada Iklan KFC dan *tagline* "We Got You" pada iklan Wendy's

16	10/30/2024 14:16:27	Jev	Yupien	Image KFC jualan ayam	Tagline "We Got You" pada iklan Wendy's
17	10/30/2024 14:19:32	seba	ub	memberikan kesan KFC adalah ahlinya menyajikan ayam. KFC itu cara memasak dan menyajikan ayam	wendy's peduli dan ingin memenuhi kebutuhan konsumen secara khusus, ada kesan lebih personal disini
18	10/30/2024 15:05:04	ARIFUDIN MAUNILLAH MUHAMMAD	Upn veteran Jawa timur	Singkat dan mudah diingat. Hanya dengan dua kata, tagline ini langsung tertanam di benak konsumen. kuat dan tegas. Kata "jagonya" memberikan kesan bahwa KFC adalah yang terbaik dalam hal ayam.	Kasabaran dan kepedulian. Kata "We Got You" menciptakan perasaan dekat antara merek dan konsumen. Ini seolah-olah Wendy's mengatakan, "Kami ada untukmu kami peduli pada kebutuhanmu."
19	10/30/2024 15:56:58	Joko		Ketika pertama kali melihat tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC, saya merasakan bahwa produk yang ditawarkan memang terasa unggul. Tagline itu seperti mengisyaratkan bahwa ayam yang mereka sajikan memiliki kualitas dan rasa yang lebih baik dibandingkan dengan brand lain.	Ketika pertama kali melihat tagline "We Got You" pada iklan Wendy's, saya merasakan seolah-olah produk mereka adalah apa yang saya cari selama ini. Tagline ini menunjukkan bahwa Wendy's memahami kebutuhan dan keinginan saya, seperti menyediakan makanan yang selalu siap dan mudah diakses.
20	10/30/2024 17:55:50	Alifan	UPN "Veteran"	memberi insight apa yg dijual KFC, tanpa harus mencium tau lebih dalam	Belum pernah mendengar
21	10/30/2024 19:24:13	Gothrun Nada Salsabila	UPNVJT	Menajutkan dan menjadi salah satu tagline tericonic untuk periklanan ayam	Biasa saja
22	10/30/2024 21:25:29	Fazi		merasakan ke familiaritas	mempertanyakan tagline, agak sulit untuk di pahami
23	10/31/2024 10:29:28	pippo	UPN Veteran Jatin	Ayamku berkokok	Ayamku berkokok
24	10/31/2024 12:32:33	Yanto		tempiang ngiangg	gapemah liat iklan ayam wendy's
25	11/2/2024 20:22:10	Famah Ulya		tidak heran, karena memang kfc terkenal akan ayam nya	mungkin cocok karena menggambir perusahaan ini memberikan makanan yang kita inginkan

Gambar 4. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" Pada Iklan KFC Dan *Tagline* "We Got You" Pada Iklan Wendy's

29	11/19/2024 18:52:35	Alifia	Universitas Muhammadiyah Surabaya	yang saya rasakan, KFC jauh lebih menunjukkan kepercayaan dan brand nya	Yang saya rasakan, Wendy seperti terkesan lebih personal dan lebih peduli, tapi untuk sebagian orang mungkin akan abstrak mendengar tagline nya
30 <td>11/19/2024 18:56:13</td> <td>Renate Nur</td> <td>Perguruan tinggi</td> <td>Terdengar seperti sebuah produk dengan kualitas tinggi</td> <td>Terdengar seperti sebuah produk dengan slogan yang menarik pembali</td>	11/19/2024 18:56:13	Renate Nur	Perguruan tinggi	Terdengar seperti sebuah produk dengan kualitas tinggi	Terdengar seperti sebuah produk dengan slogan yang menarik pembali
31 <td>11/19/2024 18:58:38</td> <td>ItinDipiesiZhenyaArmaJ Iqoni</td> <td>ITS</td> <td>Langsung keucum aroma ayam goyengnya. Jadi laperr</td> <td>Gatau, cuman tau namanya bukan taglinenya</td>	11/19/2024 18:58:38	ItinDipiesiZhenyaArmaJ Iqoni	ITS	Langsung keucum aroma ayam goyengnya. Jadi laperr	Gatau, cuman tau namanya bukan taglinenya
32 <td>11/19/2024 19:04:12</td> <td>Heiny</td> <td></td> <td>Rasa olahan ayam yg ciri khas</td> <td>Tidak pernah dengar</td>	11/19/2024 19:04:12	Heiny		Rasa olahan ayam yg ciri khas	Tidak pernah dengar
33 <td>11/19/2024 19:11:54</td> <td>Dimsky</td> <td>Upn veteran jatin</td> <td>terdengar santai dan mudah diingat, sekaligus membangun citra KFC sebagai ahli dalam menyajikan ayam yang lezat. Saya rasa, tagline ini berhasil menarik perhatian dan memperkuat identitas merek.</td> <td>Sedara keseluruhan, tagline "We Got You" adalah cara yang efektif untuk membangun merek dan menjalin hubungan yang lebih kuat dengan konsumen.</td>	11/19/2024 19:11:54	Dimsky	Upn veteran jatin	terdengar santai dan mudah diingat, sekaligus membangun citra KFC sebagai ahli dalam menyajikan ayam yang lezat. Saya rasa, tagline ini berhasil menarik perhatian dan memperkuat identitas merek.	Sedara keseluruhan, tagline "We Got You" adalah cara yang efektif untuk membangun merek dan menjalin hubungan yang lebih kuat dengan konsumen.
34 <td>11/19/2024 21:49:10</td> <td>Ryubli</td> <td>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur</td> <td>Menurut saya pada iklan KFC lebih dominan tentang Fresh Chicken maka dari itu tagline nya "Jagonya Ayam".</td> <td>Menurut saya pada iklan Wendy's lebih dominan tentang burger dan cepat saji maka dari itu tagline nya "We Got You".</td>	11/19/2024 21:49:10	Ryubli	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur	Menurut saya pada iklan KFC lebih dominan tentang Fresh Chicken maka dari itu tagline nya "Jagonya Ayam".	Menurut saya pada iklan Wendy's lebih dominan tentang burger dan cepat saji maka dari itu tagline nya "We Got You".
35 <td>11/19/2024 22:46:56</td> <td>ferly</td> <td>Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya</td> <td>Kata "jagonya" memberi kesan bahwa KFC benar-benar ahli dalam menyajikan ayam, sehingga membuat orang yakin bahwa ayamnya akan lezat.</td> <td>Memberikan rasa aman bahwa Wendy's siap melayani dan memberikan pengalaman yang memuaskan, baik dari segi makanan maupun layanan.</td>	11/19/2024 22:46:56	ferly	Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya	Kata "jagonya" memberi kesan bahwa KFC benar-benar ahli dalam menyajikan ayam, sehingga membuat orang yakin bahwa ayamnya akan lezat.	Memberikan rasa aman bahwa Wendy's siap melayani dan memberikan pengalaman yang memuaskan, baik dari segi makanan maupun layanan.
36 <td>11/20/2024 14:00:23</td> <td>Geo</td> <td>UPN VETERAN JAWA TIMUR</td> <td>ayam goreng original kfc</td> <td>maskot wendy's</td>	11/20/2024 14:00:23	Geo	UPN VETERAN JAWA TIMUR	ayam goreng original kfc	maskot wendy's
37 <td>11/21/2024 15:13:07</td> <td>Jima</td> <td></td> <td>ayam goreng</td> <td>Burger</td>	11/21/2024 15:13:07	Jima		ayam goreng	Burger
38 <td>11/21/2024 16:16:21</td> <td>Rahadian Fattah</td> <td></td> <td>Sudah tentu masakannya paling enak diantara olahan ayam yang lain</td> <td>Seolah akan kembali menikmati makanannya terus menerus</td>	11/21/2024 16:16:21	Rahadian Fattah		Sudah tentu masakannya paling enak diantara olahan ayam yang lain	Seolah akan kembali menikmati makanannya terus menerus
39 <td>11/21/2024 16:19:06</td> <td>Maldini Siegar</td> <td>IPB</td> <td>Ayam yang paling enak ada di auni</td> <td>Merasa akan senantiasa mimpi ke tempat ini</td>	11/21/2024 16:19:06	Maldini Siegar	IPB	Ayam yang paling enak ada di auni	Merasa akan senantiasa mimpi ke tempat ini
40 <td>11/21/2024 16:22:29</td> <td>Candra Bagus</td> <td>Universitas Pakuan</td> <td>Ayam yang paling nikmat</td> <td>Segala kenikmatan ada di sini</td>	11/21/2024 16:22:29	Candra Bagus	Universitas Pakuan	Ayam yang paling nikmat	Segala kenikmatan ada di sini
41 <td>11/21/2024 16:24:56</td> <td>Muhammad Mukhlis</td> <td>Universitas Airlangga</td> <td>Avam vano enak ada di sini</td> <td>Makanan di sini terdengar enak</td>	11/21/2024 16:24:56	Muhammad Mukhlis	Universitas Airlangga	Avam vano enak ada di sini	Makanan di sini terdengar enak

Gambar 5. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dan *tagline* "We Got You" pada iklan Wendy's

43	11/21/2024 16:40:31	Asi Ayuatra	LPI	Unik dan mudah diingat	Terasa santai karena penggunaan katanya lebih friendly
44 <td>11/21/2024 16:42:45 <th>Yuwani Ayufem</th> <th>IPB</th> <th>Produk olahan ayam yang sangat juara</th> <th>Terasa seperti diterkam</th> </td>	11/21/2024 16:42:45 <th>Yuwani Ayufem</th> <th>IPB</th> <th>Produk olahan ayam yang sangat juara</th> <th>Terasa seperti diterkam</th>	Yuwani Ayufem	IPB	Produk olahan ayam yang sangat juara	Terasa seperti diterkam
45 <td>11/21/2024 16:44:46 <th>Habibatus silmi</th> <th>ITB</th> <th>Restoran cepat saji yang menjual olahan ayam</th> <th>Restoran cepat saji dengan menu yang memanjakan konsumen</th> </td>	11/21/2024 16:44:46 <th>Habibatus silmi</th> <th>ITB</th> <th>Restoran cepat saji yang menjual olahan ayam</th> <th>Restoran cepat saji dengan menu yang memanjakan konsumen</th>	Habibatus silmi	ITB	Restoran cepat saji yang menjual olahan ayam	Restoran cepat saji dengan menu yang memanjakan konsumen
46 <td>11/21/2024 16:47:38 <th>Fiya Winda</th> <th>UI</th> <th>Resto yang menjual produk ayam dengan citarasa tak tertandingi</th> <th>Restoran dengan menu yang membuat konsumen merasa termanjakan</th> </td>	11/21/2024 16:47:38 <th>Fiya Winda</th> <th>UI</th> <th>Resto yang menjual produk ayam dengan citarasa tak tertandingi</th> <th>Restoran dengan menu yang membuat konsumen merasa termanjakan</th>	Fiya Winda	UI	Resto yang menjual produk ayam dengan citarasa tak tertandingi	Restoran dengan menu yang membuat konsumen merasa termanjakan
47 <td>11/21/2024 16:48:58 <th>Kayla Zahra</th> <th></th> <th>Langsung terbayang ayam goreng KFC</th> <th>Memberikan rasa kepedulian</th> </td>	11/21/2024 16:48:58 <th>Kayla Zahra</th> <th></th> <th>Langsung terbayang ayam goreng KFC</th> <th>Memberikan rasa kepedulian</th>	Kayla Zahra		Langsung terbayang ayam goreng KFC	Memberikan rasa kepedulian
48 <td>11/21/2024 16:51:17 <th>Hansa Widya</th> <th>PT. ARUM NEGERI</th> <th>Sangat menjual ayam</th> <th>Sangat mengintimidasi</th> </td>	11/21/2024 16:51:17 <th>Hansa Widya</th> <th>PT. ARUM NEGERI</th> <th>Sangat menjual ayam</th> <th>Sangat mengintimidasi</th>	Hansa Widya	PT. ARUM NEGERI	Sangat menjual ayam	Sangat mengintimidasi
49 <td>11/21/2024 16:53:36 <th>Jessica Kinan</th> <th></th> <th>Sederhana tapi kuat sebagai identitas</th> <th>Menguatkan kesan bisa diandalkan</th> </td>	11/21/2024 16:53:36 <th>Jessica Kinan</th> <th></th> <th>Sederhana tapi kuat sebagai identitas</th> <th>Menguatkan kesan bisa diandalkan</th>	Jessica Kinan		Sederhana tapi kuat sebagai identitas	Menguatkan kesan bisa diandalkan
50 <td>11/21/2024 16:54:20 <th>Putri Purwanti</th> <th>PT. Prima Nusantara</th> <th>Sangat menjual produk olahan ayam</th> <th>Sangat mempertontonkan keunggulan produk mereka</th> </td>	11/21/2024 16:54:20 <th>Putri Purwanti</th> <th>PT. Prima Nusantara</th> <th>Sangat menjual produk olahan ayam</th> <th>Sangat mempertontonkan keunggulan produk mereka</th>	Putri Purwanti	PT. Prima Nusantara	Sangat menjual produk olahan ayam	Sangat mempertontonkan keunggulan produk mereka
51 <td>11/21/2024 16:58:32 <th>Ausaf Fauzi</th> <th></th> <th>membuat pesannya dan ingin mencoba</th> <th>menyatakan hubungan personal dengan pelanggan</th> </td>	11/21/2024 16:58:32 <th>Ausaf Fauzi</th> <th></th> <th>membuat pesannya dan ingin mencoba</th> <th>menyatakan hubungan personal dengan pelanggan</th>	Ausaf Fauzi		membuat pesannya dan ingin mencoba	menyatakan hubungan personal dengan pelanggan
52 <td>11/21/2024 17:01:39 <th>Farel Adan</th> <th></th> <th>Mengambarkan kepercayaan diri merek.</th> <th>Modern dan relevan untuk generasi muda.</th> </td>	11/21/2024 17:01:39 <th>Farel Adan</th> <th></th> <th>Mengambarkan kepercayaan diri merek.</th> <th>Modern dan relevan untuk generasi muda.</th>	Farel Adan		Mengambarkan kepercayaan diri merek.	Modern dan relevan untuk generasi muda.
53 <td>11/21/2024 17:05:44 <th>Fitiani Putri</th> <th>UNPAD</th> <th>Mengingatkan pada rasa khas ayam KFC terutama aroma khas ayamnya</th> <th>Seperi janji akan kepuasan pelanggan</th> </td>	11/21/2024 17:05:44 <th>Fitiani Putri</th> <th>UNPAD</th> <th>Mengingatkan pada rasa khas ayam KFC terutama aroma khas ayamnya</th> <th>Seperi janji akan kepuasan pelanggan</th>	Fitiani Putri	UNPAD	Mengingatkan pada rasa khas ayam KFC terutama aroma khas ayamnya	Seperi janji akan kepuasan pelanggan
54 <td>11/21/2024 17:14:43 <th>Aisyah rahmawati</th> <th>Universitas Indonesia</th> <th>Mengundang rasa pesannya. Membangun ekspektasi bahwa ayam dan KFC lebih unggul dibandingkan yang lain.</th> <th>Tagline "We Got You" pada iklan Wendy's memberikan kesan hangat, santai, dan mengundang. Rasanya seperti Wendy's ingin menyampaikan pesan.</th> </td>	11/21/2024 17:14:43 <th>Aisyah rahmawati</th> <th>Universitas Indonesia</th> <th>Mengundang rasa pesannya. Membangun ekspektasi bahwa ayam dan KFC lebih unggul dibandingkan yang lain.</th> <th>Tagline "We Got You" pada iklan Wendy's memberikan kesan hangat, santai, dan mengundang. Rasanya seperti Wendy's ingin menyampaikan pesan.</th>	Aisyah rahmawati	Universitas Indonesia	Mengundang rasa pesannya. Membangun ekspektasi bahwa ayam dan KFC lebih unggul dibandingkan yang lain.	Tagline "We Got You" pada iklan Wendy's memberikan kesan hangat, santai, dan mengundang. Rasanya seperti Wendy's ingin menyampaikan pesan.
55 <td>11/21/2024 17:21:18 <th>Bayu perdana</th> <th>Universitas Indonesia</th> <th>Menguatkan brand. Memberikan klaim sebagai "ahlinya" dalam ayam, yang langsung relevan dengan produk utama mereka.</th> <th>1. Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun</th> </td>	11/21/2024 17:21:18 <th>Bayu perdana</th> <th>Universitas Indonesia</th> <th>Menguatkan brand. Memberikan klaim sebagai "ahlinya" dalam ayam, yang langsung relevan dengan produk utama mereka.</th> <th>1. Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun</th>	Bayu perdana	Universitas Indonesia	Menguatkan brand. Memberikan klaim sebagai "ahlinya" dalam ayam, yang langsung relevan dengan produk utama mereka.	1. Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun

Gambar 6. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dan *tagline* "We Got You" pada iklan Wendy's

	tidak berkenan)	berkenan)	kesan pada iklan jagonya ayam	kesan pada iklan jagonya ayam	
57	11/21/2024 17:29:13	Carla nirmala	Universitas dan nusantara	Mudah diingat: Kata-kata yang singkat dan lugas membuatnya melekat di ingatan.	Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun.
58	11/21/2024 17:33:05	Nayla Karel	-	Efektif dalam menciptakan asosiasi merek	Terasa seperti dukungan penuh dari merek
59	11/21/2024 17:34:22	Daniel susanto	Universitas negeri jakarta	Menguatkan brand: Memberikan klaim sebagai "ahli" dalam ayam, yang langsung relevan dengan produk utama mereka.	Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun.
60	11/21/2024 17:37:08	Nadia Hamidah	-	Menguatkan branding sebagai pemimpin ayam goreng	Menarik dan membangun koneksi emosional
61	11/21/2024 17:39:47	Elvira pratama	Universitas trisakti	Mudah diingat: Kata-kata yang singkat dan lugas membuatnya melekat di ingatan.	Kepercayaan dan kepedulian: Menunjukkan bahwa Wendy bisa diandalkan, baik untuk kualitas makanan maupun pengalaman pelanggan.
62	11/21/2024 17:41:01	Chantika Dwi	-	Mudah diingat	Terlihat lebih santai
63	11/21/2024 17:46:27	Faisal ramadani	UNJ	Mengundang rasa penasaran: Membangun ekspektasi bahwa ayam dari KFC lebih unggul dibandingkan yang lain.	Personal dan relevan: Menggunakan bahasa kasual membuatnya terasa lebih dekat, seolah berbicara langsung dengan pelanggan.
64	11/21/2024 17:52:58	Gina salma	Universitas trisakti	Tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC memberikan kesan sederhana, percaya diri, dan langsung ke inti. Sebagai audiens, itu terasa. Mudah diingat: Kata-kata yang singkat dan lugas membuatnya melekat di ingatan.	Tagline "We Got You" pada iklan Wendy's memberikan kesan hangat, santai, dan mendukung. Rasanya seperti Wendy's ingin menyampaikan pesan. Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun.

Gambar 7. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dan *tagline* "We Got You" pada iklan Wendy's

	tidak merasa epinitia tidak berkenan)	berkenan)	"Jagonya Ayam" pada iklan KFC/	tagline "We Got You" pada iklan Wendy's/	
65	11/21/2024 17:58:42	Hadi wirawan	University indonesia	Tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC memberikan kesan sederhana, percaya diri, dan langsung ke inti. Sebagai audiens, itu terasa. 1. Mudah diingat: Kata-kata yang singkat dan lugas membuatnya melekat di ingatan. 2. Tagline itu cukup mengena dan membuat saya percaya kalau ayam yang mereka sajikan pasti enak dan spesial!	Tagline "We Got You" pada iklan Wendy's memberikan kesan hangat, santai, dan mendukung. Rasanya seperti Wendy's ingin menyampaikan pesan. 1. Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun Saya merasa nyaman dan dihargai mendengar tagline "We Got You". Itu memberi kesan bahwa Wendy's siap memberikan layanan yang memuaskan dan bisa diandalkan. Tagline "We Got You" pada iklan Wendy's memberikan kesan hangat, santai, dan mendukung. Rasanya seperti Wendy's ingin menyampaikan pesan.
67	11/21/2024 18:04:15	Ravella Scarlet	-	Tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC memberikan kesan sederhana, percaya diri, dan langsung ke inti. Sebagai audiens, itu terasa. 1. Mudah diingat: Kata-kata yang singkat dan lugas membuatnya melekat di ingatan.	1. Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun. 2. Personal dan relevan: Menggunakan bahasa kasual membuatnya terasa lebih dekat, seolah berbicara langsung dengan pelanggan.
68	11/21/2024 18:05:10	Indah maharani	Universitas trisakti	Ketika pertama kali melihat tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC, saya merasa tagline tersebut sangat mudah diingat dan mencolok. Penggunaan kata "jagonya" memberikan kesan bahwa KFC adalah ahli atau pemimpin dalam hal ayam, menyampaikan pesan yang jelas bahwa merek itu mengutamakan kualitas ayam yang mereka sajikan. Selain itu, kata "jagonya" juga memberikan nuansa kepercayaan diri dan kebanggaan, yang membuat konsumen merasa yakin bahwa mereka sedang memilih produk ayam terbaik. Secara	Ketika pertama kali melihat tagline "We Got You" pada iklan Wendy's, saya merasa pesan yang disampaikan terasa hangat, ramah, dan penuh perhatian. Frasa ini memberikan kesan bahwa Wendy's peduli dan siap memenuhi kebutuhan konsumennya, seolah-olah mereka mengatakan, "Kami siap membantu Anda" atau "Kami ada untuk Anda." Tagline ini menciptakan rasa kedekatan dan kepercayaan antara merek dan pelanggan, serta memberi kesan bahwa Wendy's dapat diandalkan dalam menyediakan makanan yang memuaskan. Secara keseluruhan, "We Got You" terasa sangat berkesan
69	11/21/2024 18:09:41	hamba tuhan	-		

Gambar 8. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dan *tagline* "We Got You" pada Iklan Wendy's

	tidak berkenan)	berkenan)			
70	11/21/2024 18:10:39	Moricio Hanif	-	Saya merasa tagline tersebut cukup kuat dan bisa menciptakan citra KFC sebagai merek di bidang ayam. Sederhana, tetapi langsung menunjukkan keunggulannya.	Tagline "We Got You" terasa sangat ramah dan menggugah kepercayaan. Wendy's seolah-olah menawarkan kenyamanan dan kemudahan, menyampaikan bahwa mereka bisa diandalkan dalam setiap aspek, baik makanan maupun pelayanan.
71	11/21/2024 18:14:23	Joko priyon	Universitas indonesia	Tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC memberikan kesan sederhana, percaya diri, dan langsung ke inti. Sebagai audiens, itu terasa. 1. Mudah diingat: Kata-kata yang singkat dan lugas membuatnya melekat di ingatan.	Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun.
72	11/21/2024 18:15:10	Alyssa Kahilly	-	Jujur, saya merasa tagline "Jagonya Ayam" cukup lucu dan langsung bikin saya penasaran.	Tagline "We Got You" membuat saya merasa seperti Wendy's peduli sama pelanggan. Rasanya seperti mereka bilang "tenang aja, kita ada buat kamu" —jadi kesannya lebih personal dan membuat saya ingin mencoba makan di sana
73	11/21/2024 18:20:04	Theodore Devin	-	Tagline yang langsung ke inti, memberikan kesan profesional dan percaya diri.	Saya rasa tagline "We Got You" sangat efektif dalam membangun kedekatan dengan konsumen. Terasa seperti Wendy's ingin menunjukkan bahwa mereka siap memenuhi harapan pelanggan. Ini bisa jadi strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan loyalitas
74	11/21/2024 18:24:51	Valerie Zefanya	-	Jujur aja, itu membuat saya langsung teringat sama KFC	Tagline "We Got You" terasa sangat nyaman dan membuat saya merasa lebih yakin. Ini memberi kesan bahwa Wendy's bisa dipercaya untuk memberi pelayanan yang bagus, terutama saat saya butuh makanan cepat saji yang berkualitas
75	11/21/2024 18:31:28	Kayla Dintria	-	Pada pandangan pertama, saya merasa tagline tersebut sangat mudah diingat.	Melihat "We Got You" pertama kali, saya merasa bahwa Wendy's ingin memberi pengalaman yang lebih dari sekadar makanan. Tagline ini memberikan kesan bahwa mereka peduli dan siap membantu, yang membuat saya merasa dihargai sebagai pelanggan. Rasanya tagline ini bikin saya merasa lebih dekat sama

Gambar 9. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dan *tagline* "We Got You" pada Iklan Wendy's

	tidak berkenan)	berkenan)			
70	11/21/2024 18:10:39	Moricio Hanif	-	Saya merasa tagline tersebut cukup kuat dan bisa menciptakan citra KFC sebagai merek di bidang ayam. Sederhana, tetapi langsung menunjukkan keunggulannya.	Tagline "We Got You" terasa sangat ramah dan menggugah kepercayaan. Wendy's seolah-olah menawarkan kenyamanan dan kemudahan, menyampaikan bahwa mereka bisa diandalkan dalam setiap aspek, baik makanan maupun pelayanan.
71	11/21/2024 18:14:23	Joko priyon	Universitas indonesia	Tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC memberikan kesan sederhana, percaya diri, dan langsung ke inti. Sebagai audiens, itu terasa. 1. Mudah diingat: Kata-kata yang singkat dan lugas membuatnya melekat di ingatan.	Keterjangkauan dan kenyamanan: Memberikan kesan bahwa mereka siap melayani kebutuhan konsumen kapan pun.
72	11/21/2024 18:15:10	Alyssa Kahilly	-	Jujur, saya merasa tagline "Jagonya Ayam" cukup lucu dan langsung bikin saya penasaran.	Tagline "We Got You" membuat saya merasa seperti Wendy's peduli sama pelanggan. Rasanya seperti mereka bilang "tenang aja, kita ada buat kamu" —jadi kesannya lebih personal dan membuat saya ingin mencoba makan di sana
73	11/21/2024 18:20:04	Theodore Devin	-	Tagline yang langsung ke inti, memberikan kesan profesional dan percaya diri.	Saya rasa tagline "We Got You" sangat efektif dalam membangun kedekatan dengan konsumen. Terasa seperti Wendy's ingin menunjukkan bahwa mereka siap memenuhi harapan pelanggan. Ini bisa jadi strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan loyalitas
74	11/21/2024 18:24:51	Valerie Zefanya	-	Jujur aja, itu membuat saya langsung teringat sama KFC	Tagline "We Got You" terasa sangat nyaman dan membuat saya merasa lebih yakin. Ini memberi kesan bahwa Wendy's bisa dipercaya untuk memberi pelayanan yang bagus, terutama saat saya butuh makanan cepat saji yang berkualitas
75	11/21/2024 18:31:28	Kayla Dintria	-	Pada pandangan pertama, saya merasa tagline tersebut sangat mudah diingat.	Melihat "We Got You" pertama kali, saya merasa bahwa Wendy's ingin memberi pengalaman yang lebih dari sekadar makanan. Tagline ini memberikan kesan bahwa mereka peduli dan siap membantu, yang membuat saya merasa dihargai sebagai pelanggan. Rasanya tagline ini bikin saya merasa lebih dekat sama

Gambar 10. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" pada Iklan KFC dan *Tagline* "We Got You" pada Iklan Wendy's

	tidak berkenan)	berkenan)			
77	11/21/2024 18:41:00	Rafischa Havel	Pertama kali melihat tagline ini, saya merasa agak terkesan karena sangat langsung dan mengena.	yang menyenangkan, bukan hanya sekedar jualan makanan Tagline "We Got You" sangat simpel tapi punya efek yang kuat. Rasanya seperti Wendy's mencoba menunjukkan bahwa mereka peduli dan siap memberi layanan yang memuaskan. Hal ini memberi rasa percaya diri untuk mencoba produk mereka	
78	11/21/2024 18:45:04	Fanz Dzakwan	Tendengar biasa saja.	Melihat "We Got You", saya merasa seperti Wendy's berusaha menunjukkan perhatian dan kealpaan mereka untuk melayani. Tagline itu sangat menyenangkan, memberi kesan bahwa mereka peduli dengan kenyamanan pelanggannya	
79	11/21/2024 19:03:13	putri	ngiler	penasaran	
80	11/21/2024 19:14:29	riski	keren	mempesona	
81	11/21/2024 19:26:33	salsabila			
82	11/21/2024 19:36:45	triono			
83	11/21/2024 19:37:21	Mawar Safena	Universitas Padjajaran	Cukup bagus	Tertarik
84	11/21/2024 19:47:36	Azies	S1	Secara keseluruhan, tagline ini memberikan kesan positif dan memperkuat brand image KFC sebagai pemimpin di kategori ayam cepat saji	memberi kesan yang sangat ramah dan penuh perhatian. Saat pertama kali melihatnya
85	11/21/2024 19:47:44	Danendra Kamal	Universitas Airlangga	keren bgtt	menarik nih
86	11/21/2024 19:50:38	rifki			
87	11/21/2024 19:51:56	Andika Putra	Universitas Negeri Malang	biasa aja	cukup menarik
88	11/21/2024 20:20:57	Muslim		Sangat luar biasa	Tagline ini mencerminkan kekuatan dan keunggulan KFC sebagai spesialis ayam cepat saji.
				Tagline ini langsung mengalitkan KFC dengan ayam, yang	Tagline "We Got You" dari Wendy's terasa santai dan penuh percaya diri. Pesan ini memberikan kesan bahwa Wendy's

Gambar 11. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" pada Iklan KFC dan *tagline* "We Got You" pada Iklan Wendy's

90	11/21/2024 20:33:59	Anggita	Ketika pertama kali melihat tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC, saya mungkin akan merasakan kesan yang cukup kuat dan menarik	Ketika pertama kali melihat tagline "Jagonya Ayam" pada iklan KFC, saya mungkin akan merasakan kesan yang cukup kuat dan menarik	
91	11/21/2024 20:39:57	Reza	Hal ini membuat saya merasa yakin bahwa ayam yang ditawarkan pasti memiliki kualitas terbaik. Tagline ini sederhana namun kuat, mudah diingat.	Tagline ini terkesan lebih personal dan mengundang rasa nyaman, seolah-olah Wendy's ingin menunjukkan bahwa mereka siap memberikan pelayanan terbaik dan memenuhi kebutuhan pelanggan	
92	11/21/2024 20:49:41	Dani	tagline ini memberikan kesan positif dan membangun rasa percaya diri terhadap merek.	menciptakan kesan bahwa Wendy's adalah pilihan yang bisa diandalkan untuk makan dengan rasa aman dan puas.	
93	11/21/2024 21:02:33	Fiki Ibra	Universitas Srwijaya	biasa aja	biasa aja
94	11/21/2024 21:17:35	Shaqueena zahra		mudah diingat karena menggunakan kata yang pendek dan terkesan tegas	memiliki kesan yg hangat dalam mengajak melakukan sesuatu
95	11/21/2024 21:21:40	mahardhika adrian		tegas dan to the point	tidak menggambarkan produk yg dijual
96	11/21/2024 21:25:15	ibrahim abiyansyah		Spesifik dan relevan. Fokus langsung pada produk utama KFC, yaitu ayam. Ini menciptakan asosiasi yang kuat antara tagline dan produk	Generik. Kalimat ini bersifat lebih luas dan kurang spesifik terhadap produk atau layanan Wendy's.
97	11/21/2024 21:28:36	nalila permatasi		Memberikan klaim sebagai "ahli" dalam ayam, yang langsung relevan dengan produk utama mereka.	Menunjukkan bahwa Wendy's bisa diandalkan, baik untuk kualitas makanan maupun pengalaman pelanggan.
98	11/21/2024 21:39:03	firdaus yamin		menonjolkan kualitas dan keunggulan produk ayam yang mereka tawarkan	menunjukkan bahwa Wendy's siap memberikan pelayanan yang baik dan produk yang memuaskan
99	11/22/2024 8:38:03	Satria Zidan		keren juga nih tagline nya	sangat menarik
100	11/22/2024 8:43:21	Nana Dania		kurang cocok	lumayan menarik sih
101	11/22/2024 8:47:56	Kayla Nurul		mudah diingat	bahasa yg kasual tp berkesan
102	11/22/2024 8:52:53	Gina Widia		simple	memberi kesan santai
103	11/22/2024 8:55:55	Bunga Fadhana		sangat menarik	cukup penasaran, apa maksud diri tagline ini

Gambar 12. Kesan Pertama Kali Informan Ketika Melihat *Tagline* "Jagonya Ayam" pada Iklan KFC dan *Tagline* "We Got You" pada Iklan Wendy's

Hasil wawancara tidak langsung melalui google *form* terhadap 107 informan, menunjukkan 98% setuju bahwa kedua *tagline*, "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dan "We Got You" dari Wendy's memberikan dampak terhadap *brand awareness* produk. Bahkan, informan berinisial SS yang berasal dari SMAN 1 Barat ini mengatakan bahwa *tagline* dapat mempengaruhi *first impression* pembeli terhadap produk.

Berdasarkan hasil wawancara tidak langsung melalui google *form* terhadap 107 informan, *tagline* "Jagonya Ayam" pada KFC dianggap efektif karena mudah diingat dan secara langsung mengacu pada produk utama yang ditawarkan dan terbukti saat mereka pertama kali melihat *tagline* tersebut. *Tagline* ini menegaskan keahlian KFC dalam menyajikan ayam berkualitas, sekaligus memperkuat citra sebagai spesialis dalam kategori tersebut. Pesan ini berhasil membangun kepercayaan konsumen terhadap produk, yang terbukti dari banyaknya informan yang merasa tertarik untuk mencoba atau membeli produk KFC setelah mendengar *tagline* tersebut.

Di sisi lain, *tagline* "We Got You" dari Wendy's mendapat tanggapan yang lebih beragam. Beberapa informan menganggap *tagline* ini memberikan kesan hangat dan personal sehingga menciptakan rasa kedekatan dan kepedulian antara merek dengan konsumen. Namun, terdapat beberapa informan yang merasa *tagline* ini kurang jelas dan terkesan terlalu umum, bahkan ada yang menganggapnya membingungkan dan tidak tahu tentang *tagline* tersebut karena pesan yang disampaikan lebih mengarah pada pelayanan

pelanggan daripada produk makananan yang dijual. Beberapa informan menganggap *tagline* ini kurang spesifik dibandingkan dengan *tagline* KFC yang langsung merujuk pada produk utama, yaitu ayam.

Secara keseluruhan, meskipun kedua *tagline* ini memiliki keunikan masing-masing, *tagline* "Jagonya Ayam" KFC lebih unggul dalam meningkatkan *brand awareness* karena jelas dan langsung terkait produk utama, sehingga mudah diingat. Sementara itu, *tagline* "We Got You" Wendy's lebih menekankan kedekatan emosional, efektif dalam membangun hubungan, namun kurang memperkuat citra keunggulan produk. Kesimpulannya: 1) *Tagline* memengaruhi kesan pertama konsumen, 2) *Tagline* membangun kepercayaan terhadap produk, dan 3) *Tagline* membantu meningkatkan *brand awareness*.

B. Analisis Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy's?	Jelaskan alasannya memilih KFC / Wendy's	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Ya	Ya	Kfc	Karena KFC banyak yang beli	I don't know	Idk
cukup mempengaruhi	Ya	tagline bagian ayam	ayam ter enak sedunia adalah kfc	Seuai	mungkin yang lebih menarik
Kedanya memunculkan bahwa pilihan kata yang oermat dalam tagline dapat mengarahkan persepsi pelanggan sesuai dengan nilai dan kepribadian merek masing-masing	Ya	Jagonya ayam dari KFC	Kejelasan produk	Seuai	Sederhana dan mudah diingat
kurang baik	Ya	Kfc	Enak ayam e masi laung kilan e keren senasi langsung ingin beli anjaya	Seuai	Kualitas, kuantitas, kuantitatif
Singkat, Padat, Menarik dan mudah diingat	Ya	KFC	Karena lebih jelas dengan maksud dari periklan produksya	Seuai	Yang menarik dan berbeda dari yang lain, merupakan ide terbaru dan gampang diingat
Penggunaan bahasa pada kedua iklan sangat penting dalam menyampaikan isi dan penggambaran dalam hal yang disajikan oleh media itu periklanan	Ya	Tagline yang paling berpengaruh pada iklan dan brand yaitu KFC	Karena KFC menargetkan konsumen dengan para kentucky	Seuai	Tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness perlu memiliki beberapa karakteristik yang agar mudah diingat dan menyampaikan pesan merek dengan jelas. Berikut adalah beberapa karakteristik yang
Penggambaran iklan, visual, dan efek yang diberikan untuk menarik para audien	Ya	KFC baknya	Karena KFC lebih umum aih	Seuai	Yang lebih menarik pelanggan seperti promo, menu baru / varian baru ... event yang menarik suatu komunitas
Sangat bagus, dua' nya menarik perhatian konsumen	Ya	Tagline kfc	Karena kfc benar' menarik konsumen dengan cara tagline seperti itu merendakan bahwa ayam yang dia jual itu benar' enak dan itu membuat konsumen tertarik.	Seuai	Menurut saya efektifnya itu singkat dan mudah dimengerti aih, mudah dipahami, unik

Gambar 13. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy's?	Jelaskan alasannya memilih KFC / Wendy's	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
gaya bahasa yang tepat dan catchy merupakan salah satu identitas produk, si sesuai dengan selera masyarakat pasti akan laku	Ya	wendy's	karena bagus aja we got you seperti memutarakan pelanggan	seuai	yang mudah dimengerti masyarakat dan punya ciri khas
Dengan bahasa Indonesia, tagline akan lebih mudah diingat dibanding menggunakan tagline b Inggris	Ya	Kfc	Kfc enak bji, apalagi yg kripi (jadi lapar cuy)	Seuai	Singkat padat dan dapat mewakili branding dari suatu produk
Gaya bahasa dalam tagline KFC yang lebih langsung menekankan pada spesialisasi membuat produk ayamnya terasa lebih premium dan eksklusif. Sebaliknya, Wendy's dengan gaya yang lebih hangat dan personal menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen. Perbedaan ini bisa menciptakan kesan berbeda: KFC berfokus pada kualitas, sedangkan Wendy's lebih mengutamakan pengalaman pelanggan.	Ya	KFC	Karena saya rasi tagline KFC ("Jagonya Ayam") lebih berpengaruh karena langsung menonjolkan kualitas produk utama mereka. Hal ini lebih mudah diingat, khususnya untuk konsumen yang memang mencari ayam sebagai produk unggulan.	Seuai	Tagline yang efektif untuk brand awareness harus: - Sederhana dan mudah diingat - Menggambarkan keunikan atau nilai utama brand - Relevan dengan produk atau layanan - Dapat menciptakan asosiasi positif atau emosional bagi konsumen
Ya karena penggunaan gaya bahasa yang kurang tepat dapat membuat pandangan berubah mengenai produk	Ya	Tagline KFC	Karena jumlah pembelinya lebih banyak dibanding Wendy's	seuai	yang dapat membuat pelanggan tertarik
	Ya	Tagline KFC	Karena mengedepankan produknya yaitu jagonya ayam.	Seuai	Dengan memikat hati pelanggan melalui karakteristik taglinenya

Gambar 14. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy's?	Jelaskan alasannya memilih KFC / Wendy's	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Bahwa dengan adanya tagline dapat memberikan kesan tersendiri bagi saya, seperti KFC dengan menu utamanya ayam membuat persepsi saya ayam yang diproduksi kualitasnya lebih baik dan menjaga konsistensi rasa, sama seperti tagline Wendy's memberikan ketertarikan bagi pelanggan untuk terus datang karena penyesuaian dengan menu yang dijual.	Ya	KFC	Produk KFC lebih relevan, pastinya promo pertama yang mereka pasang berupa menu ayam yang selalu dijagokan mereka. visualisasi produk juga menarik perhatian pelanggan, terlebih pamor KFC yang sudah mendunia ketimbang Wendy's	Seuai (tapi masih enak MoD kalau menurut abla ewokwkw)	Tagline nya sesuai dengan produk yang dijual, mudah diingat, tidak ada apa karena tujuannya menarik pelanggan, menggunakan kalimat persuasif tapi sesuai dan tidak mengesewakan pelanggan.
Sangat millennial	Ya	Tagline KFC	Karena lebih menjelaskan produk yg ditawarkan	Seuai	Menjelaskan produk yg ditawarkan
tagline KFC yg secara tegas dan langsung "jagonya ayam" mengarahkan pikiran langsung ke produk yg mereka tawarkan, sementara "we got you" memberikan kesan kedekatan	Ya	kfc	lebih spesifik dan langsung menyoroti keahlian KFC dalam menyajikan produk ayam.	seuai	singkat, mudah diingat, dan memencirikan produk/nilai utama
Gaya bahasa dan pilihan kata dalam tagline memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk. Tagline yang baik harus singkat, mudah diingat, dan mampu menyampaikan pesan yang	Ya	Secara umum, kedua tagline ini memiliki kekuatan masing-masing. Tagline KFC sangat efektif dalam membangun brand awareness terkait produk utama, sementara tagline KFC	Saya memilih KFC karena KFC terkenal dengan ayamnya yang enak dan renyah dan punya bumbu yang khas	Kedua tagline ini dapat dikatakan sangat sesuai dengan citra merek masing-masing. Tagline KFC sangat efektif dalam memposisikan merek sebagai pemimpin pasar dalam kategori ayam goreng. Sementara itu, tagline Wendy's berhasil	Tagline yang efektif adalah sebuah kalimat pendek, menarik, dan mudah diingat yang secara tepat menggambarkan esensi dari sebuah merek dan produknya. Tagline yang baik tidak hanya membuat brand lebih mudah
	Ya	tagline KFC	Ya Begitulah	Seuai	PerluJny Strategi

Gambar 15. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasannya memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan cita merek yang diusung? (Sebaik / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Menurut saya, gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline tersebut memiliki perbedaan yang berbeda. Tagline "Jagonya Ayam" terasa lebih menginspirasi produk dan keunggulannya, memberikan kesan bahwa KFC adalah pemimpin dalam menyajikan ayam berkualitas. Di lain, tagline "We Got You" lebih mengedepankan hubungan emosional dengan konsumen, menunjukkan rasa ketertarikan dan kepercayaan bahwa Wendy memahami apa yang mereka butuhkan.	Ya	KFC	Menurut saya, tagline KFC "Jagonya Ayam" secara langsung menyoroti keunggulan produk utama, yaitu ayam goreng. Dengan menekankan bahwa mereka adalah yang terbaik dalam kategori tersebut, KFC berhasil menarik perhatian konsumen yang mencari kualitas dan rasa.	Sebaik	Karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk harus jelas dan langsung menyoroti keunggulan produk, seperti "Jagonya Ayam" yang menekankan kualitas. Selain itu, tagline juga harus mampu membangun koneksi emosional dengan konsumen, seperti "We Got You" untuk menciptakan rasa terhubung. Gabungan dari kedua elemen ini dapat membuat tagline lebih mudah diingat dan berdampak positif pada persepsi merek.
Tagline KFC "Jagonya Ayam" menekankan keahlian dan kualitas dalam menyajikan ayam, sedangkan kesan bahwa produk mereka adalah pilihan terbaik untuk ayam goreng. Ini membuat konsumen percaya bahwa KFC adalah sesuatu yang ahli di bidangnya. Sementara itu, tagline Wendy's "We Got You" menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Saya lebih memilih tagline KFC "Jagonya Ayam" karena singkat dan jelas, langsung menekankan keunggulan utama produk mereka, yaitu ayam goreng. Tagline ini membangun kepercayaan bahwa KFC adalah ahli dalam ayam, sehingga memudahkan konsumen yang mencari kualitas terbaik di kategori tersebut.	Sebaik	Tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness harus singkat, mudah diingat, serta menekankan keunggulan utama produk.

Gambar 16. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasannya memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan cita merek yang diusung? (Sebaik / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Menurut saya, tagline KFC "Jagonya Ayam" lebih efektif karena langsung menunjukkan keunggulan produk utama, yaitu ayam goreng. Tagline ini membangun kepercayaan bahwa KFC adalah ahli dalam ayam, sehingga memudahkan konsumen yang mencari kualitas terbaik di kategori tersebut.	Ya	KFC	KFC, dikarenakan adanya kfc di Indonesia menjadikan ayam goreng yang ada di Indonesia masuk kedalam tidak Indonesia dibarengi dengan wendy's yang menurut saya rasanya tidak masuk ke dalam lidahnya orang Indonesia. (menurut pribadi saya)	Sebaik	Tagline harus menonjolkan produk apa yang dijual dan membuat masyarakat penasaran dan ingin mencoba brand tersebut.
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	tagline kfc	Karena mudah di pahami, tidak menggunakan makna tersembunyi.	sebaik	simple, dapat di pahami semua org, fleksible
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	KFC ayamku berkokok	Sebaik	Ayamku berkokok
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	simple dan tembang ngiang	Ya	yang bisa di ingat ingat dan menjadi ciri khas
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	karena tagline nya lebih menggambarkan perubahannya	Ya	tagline yang menggambarkan apa produk yang mereka gunakan
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Karena tagline nya sesuai dengan kualitas ayamnya	sebaik	Memiliki makna pada barang / jasa yang mereka berikan
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	Tagline KFC	Karena Wendy's lebih enak dan murah	Lumayan	Ngga tau bang aku masih SD
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	Tagline KFC	Karena tagline kfc lebih menunjukkan brand product mereka, seperti halnya ayam	Sebaik	Dengan menampilkan kalimat yang sesuai produk serta minimal agar orang mudah memahaminya

Gambar 17. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasannya memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan cita merek yang diusung? (Sebaik / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	Tagline KFC	Selain dari adanya yang bagus dan menarik, rasa dari produknya juga berkualitas. Sesuai dengan slogan.	Sebaik	Sebaik dengan produk
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	KFC donggg keennya kayak emng kfc itu king of fried chicken. That is my HEAR ME OUT for food	Sebaik	For kfc, yes. But for wendy's, "we got you" is like a whole a lot of context dan unik! Banyak meaning lain selain slogan makanan
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Karena menjelaskan apa yg dijual (ayam)	Sebaik	Simple, mudah diingat, dan menggambarkan apa yg akan dijual
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Mana yang Lebih Berpengaruh?		
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Secara historis, tagline "Finger Lickin' Good" KFC memiliki pengaruh yang lebih besar dalam membangun brand awareness. Tagline ini sangat ikonik dan telah menjadi bagian dari budaya populer selama beberapa generasi. Keaslian dan ketekatan asosiasi dengan rasa yang lezat membuat tagline ini sangat efektif.	Sebaik	KFC
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Namun, ini bukan berarti tagline Wendy's tidak efektif. Dengan sering mengganti tagline, Wendy's menunjukkan bahwa mereka adalah merek yang dinamis dan selalu berusaha untuk relevan dengan konsumen. Setiap tagline baru memiliki tujuannya sendiri, seperti menekankan kualitas produk atau membedakan diri dari kompetitor.	Sebaik	KFC

Gambar 18. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasannya memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan cita merek yang diusung? (Sebaik / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	membandingkan diri dan kompetitor	Karena dulu saya suka makanan KFC dikarenakan lebih creamy, lebih renyah, dan lembut bagian dalam ayamnya	Sebaik	Tergantung persepsi customer sebelum membeli produk, tetapi saat tersebut
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Masih KFC karena tagline "Jagonya Ayam" langsung menegaskan keunggulan merek dengan keahlian dalam menyajikan ayam goreng, memperkuat citra mereka sebagai pemimpin di kategori ayam.	sebaik	Tagline yang efektif harus singkat, mudah diingat, relevan, dan menekankan keunggulan produk untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	KFC karena jelas dan sudah menjadi ciri khas sejak lama	sebaik	unik dan menggambarkan cita produk
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Karena "Jagonya Ayam" bisa menunjukkan bahwa KFC punya beberapa menu ayam yang lezat	Sebaik	Yang menarik dan tentunya sesuai dengan produk yang dijual
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Lebih mengangap maksud dari jagonya ayam daripada tagline Wendy's	Sebaik	Simple dan menjelaskan secara rinci
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	KFC lebih menjelaskan produk yang dipunya	Sebaik	Sangat menonjolkan keunggulan dari produk masing-masing
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Tagline mudah dihafal	Sebaik	Sederhana tapi mewakili produk mereka
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	Tagline KFC sangat menarik karena menekankan pada keunggulan produk mereka	Sebaik	Memfokuskan pada keunggulan produk mereka
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	KFC	KFC lebih mengportakan keunggulan produk mereka	Sebaik	Harus memperkenalkan produk yang dimiliki
Menurut saya, tagline Wendy's "We Got You" lebih efektif karena menggunakan bahasa yang santai dan akrab, menciptakan rasa kepercayaan dan ketertarikan, seolah Wendy siap memenuhi kebutuhan makanan konsumen dengan tepat. Gaya bahasa ini membuat KFC terlihat sebagai pilihan unggul dalam hal ayam, sedangkan Wendy's menunjukkan rasa aman dan	Ya	Lebih unik	Lebih unik	Sebaik	Harus mudah diingat oleh konsumen

Gambar 19. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasannya memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan cita merek yang diusung? (Sebaik / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Sangat menginspirasi untuk memilih ke restoran tersebut	Ya	KFC	Tagline KFC sangat menjual produknya	Sebaik	Mudah diingat dan memfokuskan pada keunggulan produk
Sangat persuasif	Ya	Wendy's	Tagline membuat orang penasaran	Sebaik	Membuat orang penasaran akan produk yang dijual
Sangat persuasif	Ya	KFC	Ayam menjadi identitas mereka	Sebaik	Jelasan Identitas dan keunggulannya
Terlihat ramah seperti memberikan kesan dekat dan bersahabat	Ya	Wendy's	Karena lebih terkesan bersahabat	Sebaik	Memiliki kesan akrab dan mudah diiklasi
Fokus pada grand design produk	Ya	KFC	Tagline KFC sangat menjual produknya	Sebaik	Menjelaskan jati diri atau identitas Restoran
Bisa menunjukkan keunggulan produk	Ya	KFC	Sering ditayangkan di berbagai media	Sebaik	Tagline yang unik agar berbeda dari kompetitor untuk menonjolkan identitas
Sangat mengunggulkan produknya	Ya	Wendy's	Sangat membuat orang penasaran	Sebaik	Membuat orang penasaran
relevan dan cocok dengan target pasarnya	Ya	Wendy's	terkesan lebih personal	sebaik	emosional
Sangat membangun koneksi dengan pelanggan	Ya	KFC	Lebih percaya diri	Sebaik	Menunjukkan kualitas atau keunggulan
Mengatakan citra kualitas layanan	Ya	KFC	Lebih sesuai dengan kenyataannya	Sebaik	Gunakan kata yang lebih sesuai dan meyakinkan
Perbandingan Pengaruh					
"Jagonya Ayam" menciptakan persepsi produk unggulan yang spesifik dan menonjolkan keahliannya	Ya	Kfc	Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggulan mereka, menciptakan hubungan sederhana namun kuat di benak konsumen.	Sebaik	Singkat dan mudah di ingat
"We Got You" membangun hubungan emosional dengan pelanggan, menonjolkan kenyamanan dan kepercayaan, bukan hanya produknya.	Ya				

Gambar 20. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
releas dan cocok dengan target pesanya	Ya	Wendy	terkesan lebih personal	sesuai	emotional
Sangat membangun koneksi dengan pelanggan	Ya	KFC	Lebih percaya diri	Sesuai	Menunjukkan kualitas atau keunggulan
Perbandingan Pengaruh:					Gunakan kata yang lebih sesuai dan meyakinkan
"Jagonya Ayam" menciptakan persepsi produk unggul yang spesifik dan menonjolkan keahliannya.	Ya	Kfc	Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka.	Sesuai	Singkat dan mudah di ingat
"We Got You" membangun hubungan emosional dengan pelanggan, menonjolkan kenyamanan dan kepercayaan, bukan hanya produknya.	Ya	Kfc	"Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka. menciptakan hubungan sederhana namun kuat di benak konsumen. Di sisi lain, "We Got You" lebih cocok	Sesuai	Relevan dengan Produk atau Layanan
"Jagonya Ayam" menciptakan persepsi produk unggul yang spesifik dan menonjolkan keahliannya.	Ya	KFC	Kekuatan "Jagonya Ayam" (KFC): Spesifik dan relevan: Fokus langsung pada produk utama KFC, yaitu ayam. Ini menciptakan asosiasi yang kuat antara tagline dan produk.	Sesuai	Contoh: "Jagonya Ayam" langsung mengasosiasikan KFC sebagai ahli ayam goreng.
"We Got You" membangun hubungan emosional. Kondisi digunakan terus-menerus untuk pengustan merek.	Ya	KFC	Fokus pada keunggulan utama	Sesuai	Sesuai dengan keunggulan produk
"Jagonya Ayam" (KFC)			Kekuatan "Jagonya Ayam" (KFC): Spesifik dan relevan: Fokus langsung pada produk utama KFC, yaitu ayam. Ini menciptakan asosiasi yang kuat antara	Sesuai	Singkat dan Mudah Diingat
Saya Bahasa: Singkat, lugas, dan percaya diri.	Ya	Kfc	Spesifik dan relevan: Fokus langsung pada produk utama KFC, yaitu ayam. Ini menciptakan asosiasi yang kuat antara	Sesuai	Contoh: "Jagonya Ayam" hanya terdiri dari dua kata yang lugas dan mudah dipahami.
Fleksibilitas sehingga membuat merasa puas...	Ya	KFC	Lebih mudah diingat	Sesuai	Menggugah rasa ingin mencoba

Gambar 21. Karakteristik Tagline yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Jagonya Ayam" menciptakan persepsi produk unggul yang spesifik dan menonjolkan keahliannya.	Ya	Kfc	Spesifik dan relevan: Fokus langsung pada produk utama KFC, yaitu ayam. Ini menciptakan asosiasi yang kuat antara tagline dan produk.	Sesuai	Unik dan Membedakan Merek
"We Got You" membangun hubungan emosional dengan pelanggan, menonjolkan kenyamanan dan kepercayaan, bukan hanya produknya.	Ya	Kfc	Sederhana dan mudah diingat: Hanya dua kata yang lugas dan tidak rumit, sehingga mudah tertanam di benak konsumen.	Sesuai	Contoh: "Jagonya Ayam" menonjolkan keahlian khusus KFC dalam kategori ayam, menciptakan keunggulan kompetitif.
Memberikan kesan tidak laku	Ya	Wendy	Wendy	Sesuai	Efektif Karena: Tagline unik membantu merek menonjol di pasar yang penuh dengan kompetitor.
"Jagonya Ayam" menciptakan persepsi produk unggul yang spesifik dan menonjolkan keahliannya.	Ya	Kfc	Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka.	Sesuai	Gunakan kata yang santai dan singkat
"We Got You" membangun hubungan emosional dengan pelanggan, menonjolkan kenyamanan dan kepercayaan, bukan hanya produknya.	Ya	Kfc	Lebih dikenal luas oleh konsumennya	Sesuai	Universal dan Dapat Diadaptasi
Menjadi ciri khas masing-masing merk	Ya	KFC	Lebih dikenal luas oleh konsumennya	Sesuai	Contoh: Kedua tagline mudah diucapkan di berbagai media dan budaya tanpa kehilangan maknanya.

Gambar 22. Karakteristik Tagline yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
fenjadi ciri khas masing-masing merk	Ya	KFC	Lebih dikenal luas oleh konsumennya	Sesuai	Gunakan kata yang mudah diingat dan familier di tengah-tengah konsumennya
Jagonya Ayam" menciptakan persepsi produk unggul yang spesifik dan menonjolkan keahliannya.	Ya	Kfc	Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka.	Sesuai	Relevan dengan produk atau layanan
"We Got You" membangun hubungan emosional dengan pelanggan, menonjolkan kenyamanan dan kepercayaan, bukan hanya produknya.	Ya	Kfc	Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka.	Sesuai	Tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness harus memiliki karakteristik tertentu yang mampu menarik perhatian, mudah diingat, dan langsung menghubungkan merek dengan produk atau nilai utamanya.
"Jagonya Ayam" menciptakan persepsi produk unggul yang spesifik dan menonjolkan keahliannya.	Ya	Kfc	Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka.	Sesuai	Tagline yang efektif harus langsung menggambarkan keunggulan produk, tagline juga harus personal dan mudah diingat
"We Got You" membangun hubungan emosional dengan pelanggan, menonjolkan kenyamanan dan kepercayaan, bukan hanya produknya.	Ya	Kfc	Saya memilih Wendy karena kualitas burger dan pilihan menu mereka yang lebih bervariasi, plus tagline We Got You terasa lebih personal dan mengandung kepercayaan	Sesuai	
adanya menggunakan pendekatan yang tepat untuk membangun citra yang kuat dan mempengaruhi pandangan saya tentang produk.	Ya		Saya memilih Wendy karena kualitas burger dan pilihan menu mereka yang lebih bervariasi, plus tagline We Got You terasa lebih personal dan mengandung kepercayaan	Sesuai	

Gambar 23. Karakteristik Tagline yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Masing menggunakan Gaya Bahasa: Singkat, lugas, dan percaya diri.	Ya	Kfc	"Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka.	Sesuai	Singkat dan Mudah Diingat
Pilihan kata-kata mereka ini membuat saya merasa lebih dekat dengan kedua merk.	Ya	Wendy	Wendy lebih menarik karena mereka mewakili makanan yang segar dan layanan yang lebih ramah. Tagline mereka juga membuat saya merasa dihargai sebagai pelanggan.	Sesuai	Contoh: "Jagonya Ayam" hanya terdiri dari dua kata yang lugas dan mudah dipahami.
Gaya bahasa yang dipilih menemukan fokus brand—apakah mereka lebih menonjolkan kualitas produk (KFC) atau hubungan dengan pelanggan (Wendy). Ini mempengaruhi cara kita melihat merek, baik sebagai "ahli" atau "teman."	Ya	Kfc	Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka.	Sesuai	Efektif Karena: Tagline pendek dan sederhana lebih mudah melekat di ingatan konsumen, terutama dalam media iklan yang cepat.

Gambar 24. Karakteristik Tagline yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Gaya bahasa dan pilihan kata dalam kedua tagline—"Jagonya Ayam" dari KFC dan "We Got You" dari Wendy—sangat mempengaruhi pandangan saya terhadap produk karena keduanya berhasil menciptakan asosiasi emosional yang kuat dengan konsumen.	Ya	KFC	Menurut saya, tagline KFC "Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka. Tagline ini secara langsung mengasosiasikan KFC dengan ayam goreng, yang merupakan produk utama mereka. Tagline Wendy "We Got You" lebih personal dan menunjukkan dukungan, yang mungkin lebih efektif untuk membangun hubungan dengan pelanggan.	Sesuai	Berdasarkan tagline yang dimiliki oleh KFC ("Jagonya Ayam") dan Wendy ("We Got You"), beberapa karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk dapat diidentifikasi, yaitu:
"Jagonya Ayam" (KFC): "Jagonya" yang memiliki nuansa kepercayaan diri dan kebanggaan, tagline ini memposisikan KFC sebagai pemimpin atau ahli dalam hal ayam. Kata "Ayam" dalam bahasa Indonesia.	Ya	Kfc	Saya memilih Wendy karena rasa makanannya yang selalu konsisten dan tagline We Got You memberikan kesan bahwa mereka peduli dengan kepuasan pelanggan.	Sesuai	1. Singkat dan Mudah Diingat: Tagline yang efektif harus mudah dipahami dan diingat oleh konsumen. "Jagonya Ayam" adalah contoh yang sangat sederhana dan langsung menyampaikan pesan tentang produk utama KFC, yaitu ayam. Tagline yang singkat dan padat sangat efektif dalam menarik perhatian.
"We Got You" membangun hubungan emosional dengan pelanggan, menonjolkan kenyamanan dan kepercayaan, bukan hanya produknya.	Ya	Kfc	Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness karena langsung mengidentifikasi KFC dengan produk unggul mereka.	Sesuai	2. Relevan dengan Produk atau Layanan: Tagline yang efektif harus langsung menggambarkan keunggulan produk, tagline juga harus personal dan mudah diingat.
Kedua gaya bahasa itu mempengaruhi pandangan saya dengan cara yang berbeda, tapi keduanya kuat saya merasa yakin memilih produk mereka. Meskipun mostly lebih pilih Wendy.	Ya	Wendy	Wendy selalu memberi pengalaman yang lebih personal dan dengan tagline We Got You, mereka bikin saya merasa lebih diperhatikan sebagai pelanggan.	Sesuai	3. Unik dan Membedakan Merek: Contoh: "Jagonya Ayam" menonjolkan keahlian khusus KFC dalam kategori ayam, menciptakan keunggulan kompetitif.

Gambar 25. Karakteristik Tagline yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy's?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy's	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Kedua tagline ini mempengaruhi pandangan saya karena mereka menyampaikan pesan yang berbeda namun sama-sama memotivasi untuk memilih produk mereka	Ya	Wendy's	Wendy's punya pilihan menu yang lebih kreatif dan tagline mereka membuat saya merasa lebih dekat dan dibayang. Kalau kenapa saya lebih memilih Wendy's	Seuai	Karakteristik tagline yang efektif adalah keasaharhan dan kejelasan, memfasilitasi, dan juga membantu membangun loyalitas.
Pilihan kata dalam kedua tagline ini mempengaruhi saya untuk lebih yakin pada produk yang mereka tawarkan tapi prefer Wendy's	Ya	Wendy's	Saya lebih memilih Wendy's karena rasa makanannya lebih segar dan variannya lebih banyak. Tagline "We Got You" membuat saya merasa lebih diayai dengan baik	Seuai	Tagline yang efektif harus menciptakan citra yang kuat dan mudah diingat.
Kedua tagline ini mempengaruhi pandangan saya dengan cara yang berbeda-satu menekankan keahlian dan yang lainnya menekankan hubungan yang lebih personal	Ya	Wendy's	Wendy's punya cita rasa yang lebih fresh, dan "We Got You" memberi kesan bahwa mereka selalu siap memenuhi kebutuhan pelanggan, jadi saya lebih memilih mereka.	Seuai	Tagline yang efektif harus menggambarkan keunggulan utama produk secara jelas dan mendapatkan merk dengan pelanggan.
Kedua gaya bahasa ini mempengaruhi pandangan saya dengan cara yang berbeda, tetapi keduanya tetap bikin saya tertarik, tetapi Wendy's paling top.	Ya	Wendy's	Saya pilih Wendy's karena mereka selalu memberikan makanan yang enak dan pelayanan yang ramah. Tagline mereka juga terasa lebih dekat dengan saya sebagai pelanggan	Seuai	Tagline yang efektif harus mudah diingat dan memiliki kesan bahwa merek peduli dengan pelanggan seperti tagline Wendy's
Pilihan kata-kata mereka memberi dampak yang besar dalam membentuk pandangan saya tentang kedua produk. "We Got You" terasa lebih friendly dan menunjukkan perhatian pada pelanggan, mengundang keperayaan	Ya	Wendy's	Saya memilih Wendy's karena mereka memiliki menu yang lebih bervariasi dan tagline "We Got You" memberi kesan kedekatan dan perhatian terhadap pelanggan	Seuai	Tagline yang efektif harus menggambarkan keunggulan produk dan juga menciptakan hubungan yang lebih personal
Kedua tagline ini, meskipun berbeda gaya bahasanya, tetap memberikan kesan yang positif bagi saya.	Ya	Wendy's	Wendy's lebih menarik karena makanannya terasa lebih segar dan tagline mereka membuat saya merasa lebih dihayai sebagai pelanggan, jadi saya lebih memilih mereka	Seuai	Tagline yang efektif perlu membangun rasa percaya dan kedekatan seperti "We Got You" untuk meningkatkan brand awareness

Gambar 26. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy's?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy's	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
berat	ya	kfc	string ku liat	seuai	mudah dimengerti
keren	ya	wendy's	lebih tertarik	tidak	luar biasa
	ya	kfc	keren	seuai	harus keren
	tidak	wendy's	karena lebih plik dengan	seuai	keren
cupuk bagus	Ya	KFC	hm karena saya lebih sering makan diitu	seuai	yang singkat tapi buat orang tertarik
Gaya bahasa yang santai namun penuh kekuatan ini juga membuat tagline mudah diingat dan terasa lebih akrab.	Ya		Menurut saya, tagline KFC "Jagonya Ayam" lebih berpengaruh pada brand awareness dibandingkan dengan tagline Wendy's "We Got You".	Ya sangat sesuai	tagline yang langsung mengasikan produk dengan keunggulannya akan lebih mudah dikenali dan diingat
yang simpel tp berkesan	ya	wendy's	karen aja	seuai	yang simple tp berkesan
	tidak	kfc	nyambung	seuai	harus keren
pilihan kata yg sedikit udah menggambarkan	ya	wendy's	lebih suka aja ke wendy's	seuai	yang menggambarkan kondisi brand nya

Gambar 27. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy's?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy's	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
pilihan kata yg sedikit tp udah menggambarkan	ya	wendy's	seben suka aja ke wendy's	seuai	yang menggambarkan kondisi brand nya
Gaya bahasa yang casual dan friendly ini membuat merek terasa lebih dekat dan manusiawi, serta memberi kesan bahwa mereka siap memberikan pengalaman positif yang lebih personal	Ya		Dengan kata-kata yang tepat, tagline membantu membedakan produk di pasar yang kompetitif dan meningkatkan pengenalan merek di banyak konsumen.		Tagline yang singkat dan mudah diingat akan lebih cepat masuk di ingatan konsumen. Kata-kata yang sederhana, seperti "So Good" meningkatkan pengalaman yang positif sehingga mudah diingat dan dihubungkan dengan produk.
Tagline ini memberikan kesan bahwa Wendy's tidak hanya menjual makanan, tetapi juga peduli terhadap pelanggan dan siap memberikan pengalaman yang menyenangkan dan bebas stres. Kata "Got" terasa akrab dan relavan di banyak konsumen	Ya		Tagline ini menciptakan asosiasi langsung dengan pengalaman makan yang menyenangkan dan memuaskan, meningkatkan daya tarik emosional terhadap produk.	Seuai	Tagline harus mencerminkan karakter dan nilai inti merek. KFC dengan "Finger Lickin' Good" menonjolkan pengalaman makan yang lezat, sementara Wendy's dengan "Where's the Beef?" menekankan kualitas daging mereka yang superior. Kedua tagline ini sesuai dengan citra merek masing-masing.
Gaya bahasa dalam kedua tagline tersebut sangat berpengaruh. "Jagonya Ayam" menggunakan kata "jago" yang memberikan kesan bahwa produk ini adalah yang terbaik, ahli, dan unggul	Ya		Tagline ini pendek, langsung, dan mudah dipahami, yang membantu orang mengingat dan mengasosiasikan KFC dengan kualitas ayam yang terbaik.	Seuai	Sebuah tagline yang baik mampu menyentuh emosi konsumen dan meninggalkan kesan mendalam. Tagline KFC dengan kata "jago" membawa kesan keahlian dan kualitas yang beresonansi dengan konsumen yang mengutamakan rasa dan pengalaman. Tagline Wendy's yang humoris ("Where's the Beef?") juga efektif dalam konteks humoris tetapi mungkin tidak sesuai dalam membangun citra produk spesifik seperti yang dilakukan KFC.

Gambar 28. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy's?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy's	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Dengan kata yang tepat, seperti "jago", konsumen bisa merasa lebih yakin dan terdorong untuk mencoba produk.	Ya		"Jagonya Ayam" lebih efektif dalam membangun brand awareness bagi KFC di pasar lokal karena langsung mengasosiasikan merek dengan kualitas ayam goreng yang khas.	Seuai	Tagline yang efektif perlu menonjolkan nilai atau keunggulan utama produk. "Jagonya Ayam" langsung menunjukkan bahwa KFC adalah ahli dalam menyajikan ayam goreng yang mengasosiasikan merek tersebut dengan kualitas ayam yang baik.
Kata "jago" langsung menyampaikan kesan keahlian dan keunggulan	Ya		membuat konsumen mudah mengingat merek KFC setiap kali mereka ingin mencari ayam goreng, sehingga meningkatkan kesadaran merek.	Seuai	Tagline yang pendek dan langsung ke inti akan lebih mudah diingat oleh audiens. Umumnya, tagline yang ideal terdiri dari 3-7 kata.
kurang menarik ah	ya	wendy's	kalau ya	seuai	yang dapat menarik perhatian orang
Bagi audiens, tagline ini mungkin terasa ramah, mengandung rasa aman, dan memancarkan brand yang peduli dengan kebutuhan konsumennya	ya	KFC		seuai	singkat padat jelas
lebih mempermudah konsumen untuk mengingat merk	ya	kfc	kfc lebih mudah diingat	seuai	singkat tapi tp menggambarkan produknya
Tagline yang lebih berpengaruh pada brand awareness tergantung pada konteks pasar dan audiens yang disasar.	ya	kfc	jagonya ayam menciptakan asosiasi yang kuat antara tagline dan produk	seuai untuk kfc, tidak sesuai untuk wendy	harus memiliki karakteristik tertentu yang mampu menarik perhatian
pilihan kata dalam sebuah tagline sangat mempengaruhi pandangan terhadap produk karena mencerminkan kepribadian dan nilai merek	ya	kfc	kfc lebih singkat dan jelas untuk menyampaikan produknya	seuai	singkat dan sesuai produk

Gambar 29. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Menurut anda bagaimana gaya bahasa atau pilihan kata dalam kedua tagline dapat mempengaruhi pandangan Anda tentang produk?	Menurut anda, apakah tagline berpengaruh pada brand awareness produk? (Ya/Tidak)	Menurut anda, tagline mana yang lebih berpengaruh pada brand awareness? Apakah tagline KFC atau tagline Wendy's?	Jelaskan alasanmu memilih KFC / Wendy's	Apakah tagline yang mereka miliki sesuai dengan citra merek yang diusung? (Seuai / Tidak sesuai)	Berdasarkan tagline yang dimiliki kedua brand tersebut, menurut anda, bagaimana karakteristik tagline yang efektif untuk meningkatkan brand awareness produk?
Tagline yang sederhana dan jelas dapat lebih mudah dipahami dan diingat. Jika konsumen dapat dengan cepat mengerti pesan yang disampaikan, mereka lebih mungkin untuk merespons dengan positif	ya	kfc	lebih to the poin ke produk yg dijual	seuai	Tagline yang faktual dan dapat diwujudkan dengan berbagai marketing atau produk baru dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi merek
dengan memilih kata yg simple tp mempunyai arti yg luas	ya	wendy's	karena mungkin terasa lebih ramah	seuai	spesifik tp relevan
yang mengandung rasa penasaran orang-orang	ya	wendy's	terkesan lebih berkualitas	seuai	yang santai dan casual
yang singkat dan lugas	ya	wendy's	lebih keliatan lugas	seuai	singkat dan mudah diingat
pilihan kata yg simple tapi mudah diingat	ya	kfc	lebih mudah diingat	seuai	yang sederhana namun lugas
kata yg sedikit tp mengarahkan keunggulan di masing-masing brand	Ya	KFC	lebih mudah diingat si yg menggambarkan bahwa dia lebih unggul daripada yang lain	seuai	yang simple, mudah diingat, memiliki kesan yg gampang ke produk nya
yang memiliki kesan simple, santai, dan mudah diingat	Ya	KFC	tagline nya santai mudah diingat	seuai	yang santai, namun menggambarkan ciri khas si brand to
yang sederhana namun lugas	Ya	KFC	lebih suka aja am tagline nya	seuai	yang singkat namun memiliki kesan tinggi kepada brand tab
yang tegas dan memberikan kesan kualitas suatu produk	Ya		simple dan memiliki kesan kualitas terhadap produk kfc	seuai	yang tegas, simple, memiliki kesan terhadap kualitas nya
pilihan kata yang membuat orang lebih penasaran terhadap suatu produk, simple, mudah diingat	ya	wendy's	selain cocok dgn kualitasnya, cocok juga dengan pilihan kata nya	seuai	yang simple, yang membuat orang merasa penasaran, dan mudah diingat
yang tepat dan bisa menggambarkan kualitas di suatu produk	ya	KFC	lebih cocok aja tagline dan kualitasnya	seuai	singkat, lugas, dan sesuai dengan kualitasnya

Gambar 30. Karakteristik *Tagline* yang Efektif berdasarkan Tanggapan Informan

Melalui hasil wawancara tidak langsung melalui *google form* dan analisis mendalam terhadap tanggapan para informan, terdapat berbagai karakteristik yang menunjukkan efektivitas sebuah *tagline*. Karakteristik ini mencerminkan elemen-elemen penting yang membuat sebuah *tagline* tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu memberikan kesan mendalam dan relevan dengan audiens yang dituju. Berdasarkan tanggapan tersebut, berikut adalah sejumlah poin utama yang menjadi ciri *tagline* yang dianggap efektif :

1. Singkat dan mudah diingat

Penelitian ini menemukan bahwa kesederhanaan sangat memengaruhi efektivitas *tagline*. *Tagline* singkat, seperti "Jagonya Ayam" dari KFC, lebih mudah diingat dan langsung mengungkapkan keunggulan produk. Banyak informan dapat dengan cepat mengasosiasikan *tagline* ini dengan KFC. Sehingga berdasarkan indikator yang disampaikan oleh David A. (1997:22) dalam Febrian (2018), KFC telah berhasil mencapai indikator yang ke-4, yaitu *top of mind*, kondisi dimana konsumen mengingat merek sebagai yang pertama kali muncul di pikiran saat berbicara produk tertentu. Hal yang serupa berlaku pada *tagline* "We Got You" dari Wendy's. Meskipun singkat, pesan yang terkandung tetap mudah dipahami dan diingat.

2. Mencerminkan nilai atau keunggulan produk

Tagline yang efektif harus jelas mengkomunikasikan keunggulan produk. *Tagline* KFC, "Jagonya Ayam," menyoroti keunggulan ayam sebagai produk utama mereka, yang menurut Arjuna, langsung mengingatkan pada kelezatan ayam KFC. Sementara itu, tagline Wendy's, "We Got You," menekankan kualitas pelayanan pelanggan. Eva, informan, merasa *tagline* ini mencerminkan sikap peduli dan personal Wendy's dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Analisis data menunjukkan bahwa kedua tagline efektif, namun dengan pendekatan berbeda—KFC fokus pada produk utama, sedangkan Wendy's pada kualitas layanan.

3. Unik dan menonjol

Tagline yang efektif harus jelas mengkomunikasikan keunggulan produk. *Tagline* KFC, "Jagonya Ayam," menyoroti keunggulan ayam sebagai produk utama mereka, yang menurut Arjuna, langsung mengingatkan pada kelezatan ayam KFC. Sementara itu, tagline Wendy's, "We Got You," menekankan kualitas pelayanan pelanggan. Eva, informan, merasa *tagline* ini mencerminkan sikap peduli dan personal Wendy's dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Analisis data menunjukkan bahwa kedua tagline efektif, namun dengan pendekatan berbeda—KFC fokus pada produk utama, sedangkan Wendy's pada kualitas

layanan.

4. Nilai Emosional

Nilai Emosional merupakan salah satu aspek yang penting dalam *tagline*. Balqis (2020) menyatakan bahwa dalam dunia bisnis, *tagline* bertujuan menyampaikan keuntungan emosional dan fungsional dari suatu merek kepada konsumen, termasuk yang belum loyal. Berdasarkan hasil wawancara tidak langsung melalui google form, banyak konsumen menyatakan *tagline* iklan KFC "Jagonya Ayam" menggunakan Bahasa Indonesia untuk menysasar konsumen lokal sehingga menciptakan kesan kedekatan emosional dengan audiens. Sedangkan Nilai Emosional pada *Tagline* Wendy's "We Got You", lebih mengarah ke pasar internasional. *Tagline* ini menciptakan hubungan emosional dengan konsumen dalam bidang pelayanan, seolah-olah Wendy's peduli dan siap memenuhi kebutuhan mereka.

5. Target Audiens

Target *Market* juga merupakan bagian yang penting dalam pembuatan *tagline*. *Tagline* yang memiliki target *market* akan dengan mudah menarik pembeli atau konsumen. Berdasarkan hasil wawancara tidak langsung melalui google form, banyak konsumen beranggapan bahwa *Tagline* iklan KFC "Jagonya Ayam" menargetkan pasar Indonesia sehingga mereka lebih memilih menggunakan Bahasa Indonesia, agar dapat menarik konsumen lokal. Sedangkan pada *Tagline* iklan Wendy's "We Got You" lebih menargetkan pasar International. Yang menyebabkan *Tagline* iklan KFC "Jagonya Ayam" lebih terkenal dan populer dibandingkan *Tagline* Wendy's "We got You" dalam menarik konsumen lokal.

C. Hubungan frekuensi Tayang Iklan *tagline* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* berdasarkan Tanggapan Informan



Gambar 31. Persentase Hubungan Frekuensi Penayangan Iklan terhadap *tagline* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* produk

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi seberapa efektif sebuah *tagline* adalah

frekuensi penayangan iklan. Penelitian ini menganalisis hubungan antara frekuensi tayang dan dampaknya pada persepsi serta ingatan konsumen. Hasil survei menunjukkan 87,8% informan setuju bahwa semakin sering iklan ditayangkan, semakin mudah konsumen mengenali dan mengingat tagline. Selain frekuensi, kualitas iklan, visualisasi produk, dan relevansi tagline juga berperan signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan *tagline* dalam iklan KFC dan Wendy's terhadap tingkat *brand awareness*, karakteristik *tagline* yang efektif, serta peran frekuensi tayangan iklan terhadap ingatan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa 1) Penggunaan *tagline* "Jagonya Ayam" pada iklan KFC dan "We Got You" pada iklan Wendy's berdampak pada tingkat *brand awareness* produk. 2) Pada hasil yang sudah didapatkan, *tagline* KFC dianggap lebih efektif dibandingkan Wendy's karena karakteristik kalimatnya yang singkat dan mudah diingat. Selain itu, *tagline* KFC lebih memiliki hubungan dengan produk utama yang mereka jual, yaitu ayam. Sebaliknya, *tagline* Wendy's dengan frasa memiliki karakteristik yang lebih umum, sehingga kurang relevan dengan produk yang dijual. Tak hanya itu, peran tayangnya iklan juga sangat berpengaruh pada keefektifan *tagline*. 3) Frekuensi tayangan iklan berperan penting dalam meningkatkan *brand awareness* produk. Frekuensi tayangan iklan yang tinggi berpengaruh penting dalam meningkatkan ingatan konsumen terhadap merek sekaligus memperkuat daya tarik *tagline*. Hasil informan mengatakan bahwa semakin sering suatu iklan itu muncul, maka akan semakin diingat dan semakin tertanam di benak seseorang mengenai *brand* tersebut. Bahkan ada yang mengatakan, juga mendapatkan pengakuan dari orang yang melihat/membacanya. Oleh karena itu, keduanya saling berhubungan sehingga meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, L. P. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorse Dan Tagline Iklan Terhadap Brand Awareness Konsumen Pada Produk Wardah Dikalangan Mahasiswi UIN Maliki Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Balqis, A., Ajiziyah, N., & Tiara Peprianti, I. (2024). Analisis Perbandingan Peranan *Tagline* Pada Iklan Le Minerale Dan Aqua Terhadap Brand Awareness Kota Balikpapan. *YUME: Journal of Management*, 7(3).

- Febrian, S. M. (2018). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zara (Studi Pada Konsumen Zara Sun Plaza Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Hasbun, B., & Ruswanti, E. (2016). Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan Dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). Dalam *JOURNAL OF BUSINESS STUDIES*(Vol. 2, Nomor 1).
- Keller, Lane, K., Swaminathan, & Vanitha. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5 ed.). Pearson.
- Mulyana, D. (2008). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF PARADIGMA BARU ILMU KOMUNIKASI DAN ILMU SOSIAL LAINNYA*. PT Remaja Rosdakarya.
- Niya, K., & Syahida, A. R. (2018). PENGARUH SLOGAN " AKU, JADI DUTA SHAMPO LAIN" PADA IKLAN PANTENE VERSI ANGGUN C. SASMI TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS KHALAYAK. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik (JISIP)*, 7(3).
- Ratminto, Yusuf, R. R., Laksana, L. U. A., Wahyuni, S., & Apriyanti, S. (2018). *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. UGM Press.
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). *PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, BRAND AWARENESS, PURCHASE INTENTION PADA PRODUK SEPATU OLAHRAGA*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47—52>
- Zulianto, E. (2018). *Analisis Pengaruh Penggunaan Tagline dan Persepsi Konsumen dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk : Studi Kasus Pada Iklan Coca cola*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH