

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Sikap khalayak terhadap iklan Citra Refreshing Milk Cleanser di Tabloid Cita Cinta

Windita Oktafiani

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=38967&lokasi=lokal>

Abstrak

Salah satu Magian dari bauran promosi ada]ah periklanan. Periklanan adalah proses komunikasi non personal yang dibayar oleh sponsor terlentu, Beberapa [alum belakangan ini perkembangan dunia periklanan di Indonesia sangat pesat, Sampai-sampai sudah bisa disebut sebuah industri. Iklan tnenjadi salah satu hal penning penting untuk menjadi tombak pe[nasaran suatu produk.

Tapi bila dilihat kenyataan di lapangan, ada anggapan dimana iklan hanya sekedar pelengkap atau pengumuman dari sebuah produk. Dimana orang lebih suka mengganti channel TV, memutar gelombang radio, atau membalik halaman yang ada iklannya. Hal ini sungguh tejadi tapi berbanding terbalik dengan semakin menjamumnya iklan di media.

Penelitian ini mencoba untuk mengetahui bagaimanakah sebetulnya sikap khalayak iklan terhadap iklan tersebut. Apakah iklan tersebut sudah mengenai sasarannya atau belum dan apakah iklan benar-benar bisa mempengaruhi khalayak untuk mernbeli produk yang diiklankan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Sumber data primernya adalah kuesioner dan mengambil sampel secara accidental.

Dari penelitian yang telali dilakukan, hipotesa bahwa usia inenlpengaruhi sikap ternyata tidal,; signifikan, Dan sikap khalayak terhadap iklan `Citra Refreshing Milk Cleanser' adalah positif.