

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Hubungan perhatian iklan Perwoll Black Magic di media cetak dengan Brand Awareness (studi terhadap Ibu Rumah Tangga Komplek Perumahan Muara Karang Blok 8 Rw 12 Pluit Jakarta Utara

Anita Susanti

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=38982&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan bertujuan untuk mempromosikan ide, barang/jasa pada khalayak. Oleh karena itu iklan dibuat sebgus mungkin agar menarik perhatian khalayak. Dengan adanya iklan diharapkan khalayak akan tertarik, dan pada akhirnya membeli produk yang diiklankan. Tujuan periklanan persuasive adalah memberikan informasi tentang kelebihan produk yang dikemas sedemikian rupa sehingga menimbulkan perasaan menyenangkan yang akan mengubah pikiran orang untuk melakukan tindakan pembelian (Kotler dalam Durianto 2003 : 4).

Dalam penelitian ini digunakan teori Stimulus-Respan (S-R), yakni menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima (receiver) sebagai akibat dari komunikasi. Menurut model ini dampak atau pengaruh yang terjadi pada pihak penerima pada dasarnya merupakan reaksi terlentu dari "stimulus" (rangsangan) tertentu.

Penclitian ini mencoba untuk mengetahui apakah perhatian terhadap iklan Perwoll Black Magic berhubungan dengan Brand Awareness. Apakah iklan tersebut bisa menarik perhatian khalayak dan apakah Brand Awarenesss pada iklan tersebut rendah atau tinggi. Maka dalam penelitian ini penulis memiliki hipotesa "terdapat hubungan antara perhatian pada iklan Perwoll Black Magic di Media Cetak dengan Brand Awareness ibu rumah tangga komplek perumahan Muara Karang blok 8 Rw12 Pluit Jakarta Utara".

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Survey dengan jenis penelitian kuantitatif eksplanatif. Populasi penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang bekerja dengan SES A B yang suka membaca majalah dan tabloid, dengan mengambil sampel sebanyak 75 orang. Sumber data primernya adalah kuesioner dan mengambil sampling random sedarhana.

Hasil penelitian menunjukan perhatian pada iklan cenderung rendah, Brand Awareness kurang dan tidak terdapat hubungan antara perhatian pada iklan Perwoll Black Magic dengan Brand Awareness.