

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Hubungan Terpaan Tayangan Iklan Kosmetik Sariayu “Pesisir Sentrajawa” di Televisi dengan Brand Image (Citra Merek) di Kalangan Mahasiswi FISIP UHAMKA

Dwi Wulan Sari

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=66467&lokasi=lokal>

Abstrak

Era globalisasi yang semakin pesat saat ini ditandai pula dengan pesatnya perkembangan dalam bidang media. Pada tiap harinya media menyuguhkan berbagai kebutuhan informasi masyarakat seperti perkembangan ekonomi, politik, budaya, hiburan serta iklan. Iklan Sariayu pada tahun 2013 ini bertema “Pesisir Sentrajawa”. Sesuai dengan temanya, iklan Sariayu dikemas dengan tema perpaduan Lasem dan Karimunjawa. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara terpaan tayangan iklan kosmetik Sariayu “Pesisir Sentrajawa” di televisi dengan brand image (citra merek) di Kalangan Mahasiswi FISIP UHAMKA?.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus–Organisme–Respon. Prinsip teori ini yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Respon dalam penelitian ini adalah bentuk brand image Sariayu dari stimuli yang berupa tayangan iklan Kosmetik Sariayu.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis eksplanatif. Peneliti tidak sekedar menggambarkan fenomena tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel.

Hasil penelitian analisis korelasi non parametric menggunakan rumus Spearman’s Rho. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan tayangan iklan kosmetik Sariayu “Pesisir Sentrajawa” di televisi mempunyai kontribusi yang signifikan dengan brand image (citra merek) Sariayu (hasil spearman’s Rho 0,784). Hasil penelitian mengungkapkan hipotesis penelitian diterima (X berkorelasi positif dengan Y), artinya terdapat hubungan yang signifikan antara hubungan terpaan tayangan iklan kosmetik Sariayu “Pesisir Sentrajawa” di televisi dengan brand image (citra merek) di Kalangan Mahasiswi FISIP UHAMKA