

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Persepsi Mahasiswi Fisip Uhamka Pada Iklan Rokok Djarum 76 Versi ?Pengen Kurus? Di Youtube

Muhammad Alfarel

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77632&lokasi=lokal>

Abstrak

Meningkatnya pertumbuhan media massa Di era saat ini banyak perusahaan- perusahaan besar yang mengangkat pesan, serta kritik sosial dalam sebuah iklannya, baik sindiran atau pesan moral terkait permasalahan sosial yang sering atau sedang terjadi. Salah satu perusahaan Rokok Djarum 76 dengan judul ?Pengen Kurus? yang tidak lagi tayang di TV, mengangkat sebuah fenomena sosial yang sering terjadi di kehidupan sosial terutama kaum perempuan.

Penelitian ini menggunakan paradigma Positivisme, dan konteks komunikasi yang digunakan adalah komunikasi massa. Penelitian ini juga menggunakan teori SOR.

vi

Untuk metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survei longitudinal dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah angket atau kuisioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan sosial yang terkandung dalam iklan rokok Djarum 76 versi ?Pengen Kurus? dari semua video adalah memberikan pesan terhadap perempuan tidak semua hal harus didahulukan untuk kepentingan pribadi. Dan Faktor yang melatar belakangi pesan sosial dalam iklan rokok Djarum 76 versi ?Pengen Kurus? yaitu : 1). Penyampaian pesan moral/kritik sosial kepada masyarakat. 2). Masalah sosial yang terjadi di sekitar masyarakat. 3). Larangan iklan rokok yang tidak boleh menampilkan rokok. 4). Keinginan perempuan untuk memiliki tubuh yang sempurna yaitu ingin kurus diutamakan dari pada kepentingan lain yang lebih penting..