

Pengenalan khalayak pembaca majalah terhadap iklan : studi gambar iklan rokok pada majalah tempo periode bulan Desember 1986-bulan Februari 1987

Ani Indiani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283134&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan berkembangnya industri non migas saat* ini, persaingan perusahaan-perusahaan sektor tersebut dalam memasarkan produksinya tentu semakin meningkat, Iklan sebagai salah satu alat promosi yang merupakan bagian dari pemasaran tentunya perlu mendapat perhatian. Sebab melalui beberapa tahapan iklan memungkinkan adanya perubahan sikap pada individu. Dengan meneliti sampai sejauh mana individu terpengaruh iklan, maka satu kunci dari keberhasilan kegiatan periklanan diperoleh, dan karenanya pengenalan iklan sebagai tahap awal dari kegiatan tersebut perlu diketahui. Sebab dengan mengetahui pengenalan iklan khalayak, maka kesalahan pada tahap berikutnya dapat dihindari. Adapun maksud penulisan skripsi ini, mengetahui sejauh mana pengenalan khalayak pembaca majalah pada iklan rokok. Sedang yang menjadi studi dari penelitian ini adalah gambar iklan rokok pada majalah Tempo periode bulan Desember 1986 sampai dengan periode bulan Pebruari 1987, sedangkan populasi dari penelitian ini adalah pembaca majalah Tempo di kecamatan Mampang Prapatan. Data dikumpulkan melalui kepustakaan, observasi di lapangan serta wawancara langsung dengan responden. Data-data yang diperoleh kemudian dicocokkan dengan isi iklan yang menjadi obyek penelitian, sehingga sejauh mana iklan-iklan tersebut diperhatikan dan diingat oleh responden merupakan penggambaran dari pengenalan mereka terhadap iklan-iklan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik suatu gambaran adanya kecenderungan bahwa pengenalan khalayak pembaca majalah Tempo terhadap iklan-iklan rokok tersebut relatif tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa iklan pada media cetak memiliki dampak positif terhadap satu kegiatan periklanan.