

Pemahaman khalayak terhadap tema iklan busana Matahari Departement Store

TA Panji Indra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283339&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dalam era informasi ini peranan komunikasi nampaknya semakin dibutuhkan dalam upaya penyampaian dan penerimaan pesan-pesan antara komunikator dan komunikan. Sehingga penyusunan pesan dan pemberian makna terhadap pesan merupakan hal yang mendasar dalam proses komunikasi. Periklanan sebagai salah satu bentuk komunikasi merupakan komunikasi penunjang dalam pemasaran berbagai produk. Peranan periklanan adalah menyampaikan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produk kepada konsumennya, wasa ini tidak saja terbatas pada menjual barang atau jasa namun juga bertujuan membangun citra produk secara keseluruhan. Periklanan de- Dalam pelaksanaannya iklan-iklan yang bertujuan membangun citra produk memerlukan perencanaan komunikasi yang baik untuk dapat dipahami oleh khalayak. Di sini pentingnya penentuan tema iklan sebagai gagasan utama yang ingin disampaikan oleh suatu pesan iklan. Sehingga dengan mengetahui pemahaman khalayak terhadap tema iklan, dapat diketahui makna pesan yang terbentuk pada pikiran khalayak. Tema iklan diterjemahkan melalui seperangkat lambang atau baik yang bersifat verbal maupun non- Dimana masing-masing unsur pesan iklan terdiri dari judul, naskah, ilustrasi, dan warna, mempunyai peranan tersendiri dalam menyampaikan makna pesan iklan . maupun dalam mendukung kesatuan pesan secara keseluruhan. simbol komunikasi verbal. yang umumnya Sedangkan pemahaman merupakan proses persepsi yang berkaitan dengan bagaimana khalayak menafsirkan makna yang disampaikan oleh pesan iklan dalam pikirannya. Dimana dari pemahaman yang baik, diharapkan menghasilkan citra yang baik pula terhadap produk. Dalam penelitian ini akan dilihat pemahaman khalayak terhadap Tema Iklan Busana Matahari Departement Store. Adapun populasi penelitian adalah wanita usia 17 hingga 45 tahun, dengan status sosial ekonomi menengah hingga tinggi, pembaca Femina dan Kartini di Jakarta. Dari populasi tersebut ditarik sampel secara purposive sebanyak 100 orang sebagai obyek penelitian. Sifat penelitiannya adalah deskriptif yang bertujuan terbatas pada menggambarkan pemahaman khalayak terhadap tema iklan busana Matahari Departement Store tersebut. Pemahaman khalayak akan dilihat dari penilaiannya pada makna yang diterima oleh khalayak dari berbagai unsur iklan maupun pesan iklan secara keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman khalayak terhadap iklan busana Matahari Departement Store cukup baik. Dari berbagai dimensi makna yang disampaikan memperoleh penilaian yang positif Hal ini menunjukkan bahwa apa yang hendak didapat dipahami secara umum kan oleh iklan, ternyata dari khalayak, sampaikan pengiklan melalui pesan iklannya dengan baik oleh khalayak sebagai penerima. Bila dilihat dari peranan unsur-unsur iklan, maka unsur Judul dan Ilustrasi merupakan dua unsur yang memperoleh penilaian yang tinggi dalam pemahaman khalayak. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kedua unsur ini mampu menyampaikan makna pesan secara baik, dibandingkan unsur-unsur pesan lainnya. Maksud dari keseluruhan iklan busana Matahari Departement Store menurut khalayak adalah memberikan kesan tentang kelengkapan produk busana Matahari Departement Store. Dari makna pesan yang diterima khalayak ini, menunjukkan bahwa tema iklan busana Matahari Departement Store cukup

berhasil dalam menampilkan citra produk pada khalayaknya.