

Pengetahuan khalayak tentang iklan produk rokok sebagai efek komunikasi (Studi mengenai iklan rokok kretek Sampoerna A pada khalayak pembaca monitor di Jakarta)

Temasmiko, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284170&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penggunaan jasa periklanan dalam rangkaian kegiatan memasarkan produk dan jasa yang dihasilkan para produsen ataupun pengusaha semakin meluas. Hal tersebut di atas tidak terlepas dari makin disadarinya peran dan keefektifan salah satu unsur promosi tersebut. Kondisi tersebut mengakibatkan pesan-pesan iklan yang dijejalkan kepada khalayak. semakin ramai. Menyadari kondisi tersebut, pihak pengiklan ataupun produsen dengan berbagai cara berlomba-lomba berusaha merebut perhatian khalayak. Salah satu iklan produk yang juga ikut ambil bagian dalam persaingan tersebut adalah iklan rokok kretek Sampoerna A. Iklan tersebut berusaha menarik perhatian khalayaknya dengan menampilkan visualisasi yang mirip aengan visualisasi iklan rokok kretek Dji Sam Soe yang telah lebih dulu dikenal. Penelitian ini memfokuskan pada masalah, bagaimana pengetahuan khalayak pembaca Monitor tentang iklan rokok kretek Sampoerna A. Metode penelitian ini adalah metode survey yang dilakukan pada 100 orang pembaca Monitor di Jakarta. Analisa dilihat dari distribusi frekuensi dan tabulasi silang yang dikaitkan dengan kerangka pemikiran yang ada. hasil penelitian ini diketahui bahwa pengetahuan iklan rokok kretek Sampoerna A, relatif Dari khalayak terhadap rendah. Dilihat secara keseluruhan, pengetahuan khalayak terhadap iklan rokok kretek tersebut rendah dan demikian pula halnya bila dilihat secara parsial. Artinya, baik ditinjau dari segi pengetahuan terhadap merk yang diiklankan, pengetahuan terhadap unsur-unsur iklan, maupun pengetahuan terhadap maksud yang ingin disampaikan iklan tersebut. tingkatan pengetahuan yang dimiliki khalayak relatif rendah. Untuk pengetahuan terhadap merk yang diiklankan. sebagian besar khalayak tidak dapat mengetahui bahwa iklan obyek penelitian ini mengiklankan rokok kretek Sampoerna A. . Sementara pengetahuan terhadap unsur-unsur iklan tersebut relatif tinggi hanya pada ilustrasi dan naskahnya. Dan untuk pengetahuan terhadap maksud yang ingin disampaikan iklan juga rendah. Kebanyakan responden tidak mengetahuinya. Sebagian besar mengalami salah pengertian dan menjawab tidak relevan, ketika ditanyakan tentang hal tersebut. Ditinjau dari segi pengetahuan baru yang responden peroleh setelah melihat iklan rokok kretek Sampoerna A. terungkap bahwa sebagian besar responden merasa mendapatkannya. Demikian pula halnya mengenai hubungan antara iklan rokok kretek Sampoerna A dengan iklan Dji Sam Soe. Hampir seluruh responden menyadari adanya hubungan antara kedua iklan tersebut.