

Hubungan antara pesan-pesan distraktif dengan perubahan sikap khalayak (Suatu studi eksperimental mengenai hubungan unsur distraksi iklan layanan masyarakat "Berhenti merokok" terhadap perubahan sikap)

Ratih Purwanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284774&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berangkat dari suatu gejala sosial dimana persaingan produk yang semakin ketat juga menimbulkan persaingan iklan yang semakin ketat. Para pengiklan berlomba mencari berbagai macam cara supaya produknya dikenal masyarakat. Salah satunya pengiklan untuk menciptakan iklan yang menarik perhatian Rhalayak adalah dengan memasukkan unsur Distraksi .

Unsur distraksialah unsur-unsur selain pesan yang dapat menarik perhatian seseorang dalam melihat iklan misalnya unsur musik atau gambar latar. Dalam beberapa penelitian periklanan, unsur distraksi terbukti dapat

meningkatkan penerimaan pesan dan merubah sikap khalayak Iklan yang dibahas dalam penelitian ini ialah Iklan Layanan Masyarakat bertema "Berhenti Herokok". Dipilihnya ILH dalam penelitian ini adalah karena ILM biasanya bersifat kontroversial dan dapat menimbulkan counterargumen.

Penelitian ini menggunakan metode Eksperimen dengan desain "After only, No Control Group", karena yang ingin diukur hanyalah skor perubahan sikap responden yang didapat dengan prosedur pretest dan posttest yang berupa belief dan evaluasi setelah mendapat treatment iklan, dan dihitung dengan Teori Aaltatribut Fishbein. Karena penelitian ini merupakan perbandingan efek 2 stimuli terhadap 2 sampel , maka desain eksperimen ini diterapkan 2 kali Kelompok eksperimen diberi treatment iklan distraksi, dan pada kelompok kedua diberikan treatment iklan non-distraksi. Dari kedua kelpok tersebut diukur Perubahan Sikap yang terjadi. Menurut perhitungan Multiatribut, didapat basil bahwa perubahan sikap yang terjadi pada kelompok Distraksi lebih besar daripada kelompok ncn-oistraks amun berdasarkan uji hipotesa dengan enggu akan T-Test, ternyata perbedaan perubahan sikap diantara dua kelompok itu dianggap tidak signifikan.