

Sikap Penonton Televisi terhadap Model Iklan Tokoh Terkenal (Studi Efek Komunikasi)

Retno Widyaningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284853&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap penonton televisi terhadap model iklan tokoh terkenal, yaitu sikap terhadap seringnya para pemeran Sinetron Si Doel Anak Sekolahan (SDAS) menjadi model iklan dan pengaruhnya kepada sikap mereka terhadap Model Iklan SDAS dalam Iklan Indomie Jumbo. Populasi penelitian ini adalah penonton televisi yang tinggal di RW 014 Kelurahan Rawamangun. Sampel berjumlah 100 orang yang dipilih secara purposive (purposive sample). Metode Penelitian yang digunakan adalah survey-sample. Data dikumpulkan melalui instrumen kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan tabel frekuensi dan tabel silang. Uji statistik yang digunakan adalah Partial Gamma. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara sikap terhadap seringnya Keluarga SDAS menjadi model iklan dengan sikap terhadap model iklan SDAS dalam iklan Indomie Jumbo. Semakin mendukung sikap yang dimiliki penonton televisi terhadap seringnya Keluarga SDAS menjadi model iklan, akan semakin positif sifatnya terhadap model iklan SDAS dalam iklan Indomie Jumbo. Selain itu penelitian menyimpulkan bahwa model iklan SDAS ternyata merupakan model iklan yang mampu membawakan pesan-pesan iklan dengan baik dan dapat menghibur penonton televisi; sehingga sampai saat ini mereka belum bosan dengan banyaknya iklan-iklan yang menggunakan model iklan Keluarga SDAS, bahkan mereka malah menyukainya.