

Efektifitas bahasa slang dalam iklan radio terhadap tingkat pengetahuan khalayak pendengar (Studi eksperimental pada siswa SMA 17 Agustus Jakarta)

Rossy Hardiningsih Hasan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284879&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan adanya perbedaan tingkat pengetahuan pendengar sebagai akibat pengaruh jenis bahasa percakapan dalam iklan radio dengan sifat pesan dalam iklan radio. Perbedaan tingkat pengetahuan dilakukan dengan cara membandingkan iklan bahasa slang dan bahasa standar dengan dua variasi sifat iklan.

Penelitian ini merupakan eksperimen laboratorium. Obyek penelitian sebanyak 60 responden yang diambil secara acak dari Siswa kelas III Sosial SMA 17 Agustus Jakarta.

Desain yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji faktorial 2×2 . Pengolahan data menggunakan multi level (two way) anava dengan mixed model. Pengujian Hipotesis dilakukan dengan analisa varians dengan perhitungan F-test. Setelah itu, dilakukan perbandingan untuk melihat perbedaan-perbedaan yang nyata dari masing-masing kelompok eksperimen.

Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa slang sebagai pesan iklan radio lebih efektif dalam mempengaruhi tingkat pengetahuan khalayak terhadap isi pesan daripada penggunaan bahasa Indonesia standar.

Sedangkan sifat pesan iklan yaitu baik informatif maupun persuasif, keduanya tidak mempengaruhi tingkat pengetahuan khalayak pendengar dalam menyerap suatu pesan.

Sebaiknya bagi para perancang pesan iklan radio, walaupun kata-kata slang efektif terhadap tingkat pengetahuan khalayak, namun perlu diperhatikan pemilihan dan susunan kata-kata slangnya. Hal ini untuk menghindari kesalahan persepsi dan penonjolan kata-kata slang yang menjadi daya tarik iklan dibandingkan produknya sendiri.