Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Visualisasi iklan sebagai simbol komunikasi (pemahaman khalayak membaca majalah Time terhadap simbol komunikasi dalam visualisasi iklan rokok 555 dan benson & hedges)

Hardiyanto Jatmiko, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286209&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Periklanan merupakan upaya komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyampaikan pesan tentang suatu produk, dari produsen kepada konsumennya. Agar pesan yang disampaikan dapat diingat khalayak dan kemudian menimbulkan perilaku yang diinginkan, maka harus diusahakan supaya pesan tersebut menjadi begitu berkesan dan dipahami oleh khalayak. Untuk itu, diperlukan pemilihan simbol komunikasi yang tepat. Dalam penelitian ini, masalah pokok yang menjadi fokus adalah pemahaman khalayak pembaca majalah Time terhadap simbol-simbol komunikasi yang terdapat pada visualisasi iklan rokok 555 dan Benson & Hedges, serta kesesuaian gambaran yang terbentuk di dalam pikiran khalayak dengan gambaran yang ingin diciptakan oleh komunikator. Penelitian ini dilakukan dengan survey kepada 64 orang pembaca majalah Time di Jakarta. Analisa didasarkan pada penerapan proses komunikasi menurut model Maletzke, dan dilengkapi dengan pembahasan mengenai pemahaman khalayak. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa pengenalan khalayak terhadap iklan rokok 555 dan Benson & sangat tinggi. Secara keseluruhan, pemahaman Hedges khalayak terhadap iklan kedua rokok tersebut masih cukup baik, dan secara parsial pun demikian pula.