

Analisis persuasi iklan Ades peduli lingkungan "langkah kecil memberikan perubahan" = Persuasion analysis of environmental care advertising of Ades small "step for giving change"

Bunga Syamsu Wirandani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368887&lokasi=lokal>

Abstrak

Persuasi adalah suatu cara menyampaikan informasi menggunakan teknik tertentu yang bertujuan membujuk dan mengajak seseorang agar melakukan sesuatu sesuai anjuran dengan kesadaran sendiri di masa kini maupun akan datang sehingga mengubah sikap dan perilaku pembaca. Teknik persuasi adalah teknik yang dilakukan persuator untuk memanipulasi seseorang agar melakukan sesuatu sesuai kehendak persuator sehingga mengubah sikap dan perilaku tanpa paksaan. Sedangkan iklan merupakan media yang digunakan dalam melakukan persuasi tersebut. Di bawah naungan The Coca Cola Company, air minum dalam kemasan (AMDK) Ades menampilkan image baru yang mengusung konsep Green Living baik dalam pengemasan iklan maupun kemasan produknya. Hal tersebut juga diperuntukkan untuk bersaing dengan market leader air minum dalam kemasan yang ada. Inovasi mengenai komitmen perusahaan untuk ramah lingkungan tersebut diterapkan melalui iklan kampanye peduli lingkungan berslogan “Pilih, Minum, dan Remukkan”. Ini merupakan bentuk kampanye yang membawa pesan isu lingkungan kepada masyarakat dengan pesan “Langkah Kecil Memberikan Perubahan”. Permasalahan yang diangkat adalah mengenai tujuan dari persuasi yang diterapkan dalam iklan kampanye lingkungan tersebut, serta bagaimana korelasi antara konsep “Pilih, Minum, Remukkan” dengan isu lingkungan yang bertujuan memberikan perubahan. Peluncuran kemasan baru botol Ades yang mengandung bahan plastik lebih sedikit menjadi salah satu cara yang diciptakan. Dengan volume botol kosong yang lebih kecil setelah diremukkan, maka akan menghemat ruang di tempat sampah. Dan selanjutnya juga menghasilkan jejak emisi karbon yang lebih kecil saat sampah tersebut diangkut. Dengan tampilan baru ini, Ades memiliki misi mulia untuk menjadikan Indonesia lebih baik melalui tindakan sederhana untuk lingkungan.

.....

Persuasion is a way of conveying information using a particular technique which aims to persuade and invite someone to do something as recommended by its own consciousness and willing to come to change the attitudes and the behavior of the reader . Persuasion technique is done by persuator to manipulate someone to do something at persuator's will thus changing the attitudes and behavior without coercion. Advertising is a medium that is being used in the persuasion . Under the auspices of The Coca Cola Company, Ades drinking water bottled displays the new image which conceiving the Green Living well in advertising and products packaging. It is also intended to compete with the market leader among the others bottled drinking water. Innovation on the company's commitment to environmentally friendly applied through environmental campaign advertising slogan, sounds "Choose, Drink, and Smash". It is a form of campaign that carries the message of environmental issues to the public with the message "Small Step for Giving Change" . Issues raised about the purpose of persuasion which applied in that environment ad campaign, and how the correlation between the concept of "Select, Drink, Smash" with environmental issues aimed at giving change. Ades launches the new packaging bottles containing less plastic material to be one way of being created. With the volume of smaller empty bottles after crushed , it will save space in the trash . And then

also generate carbon footprint smaller when the waste is transported. With this new look, Ades has a noble mission to make Indonesia better through the simple act for the environment.