

Perbedaan sikap terhadap iklan pada konsumen dengan iklan humor incongruity resolution dan iklan netral = differences in attitudes toward the ad on consumers with humor incongruity resolution and neutral advertising

Fikri Aulia Ardi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490974&lokasi=lokal>

Abstrak

Humor incongruity resolution (IR) adalah jenis humor yang berfokus pada ketidaksesuaian antara ekspektasi dengan kenyataan. Penelitian quasi experimental ini menggunakan iklan dengan humor IR untuk memprediksi sikap terhadap iklan. Sebanyak 225 partisipan dibagi menjadi dua kelompok (humor IR dan netral), berpartisipasi dalam penelitian daring. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode convenience sampling. Attitude toward the ad scale dan iklan yang dimanipulasi dengan manipulasi humor IR digunakan untuk mengukur sikap terhadap iklan. Data dianalisis menggunakan independent sample t-test, dan menunjukkan ada perbedaan yang signifikan sikap terhadap iklan antara partisipan yang diberi iklan dengan humor IR dibandingkan iklan netral. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa humor IR terbukti mampu meningkatkan sikap terhadap iklan.

Humor incongruity resolution (IR) is a humor type that focuses on the discrepancies between expectations and reality. This quasi-experimental research used advertisements with humor IR to predict the attitude towards the ads. A total of 225 participants, divided into two groups (humor IR & neutral), participated in online research. Data were collected using a convenience sampling method. An attitude towards the ads scale and manipulated advertisements were used to measure attitudes toward advertising with IR humor manipulation. Data were analysed using an independent sample t-test, and showed that there was a significant differences on attitudes towards the ads between an advertisement that used humor IR than a neutral ad. It can be concluded that IR humor is able to improve an attitude towards the ads.