

Humor dan Budaya (Studi: Iklan Humor dan Persepsi Konsumen) = Humor and culture (Study: Humor Advertising and Consumer Perception)

Faza Fat han Fadhilah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516691&lokasi=lokal>

Abstrak

Unsur humor merupakan daya tarik emosional yang sering digunakan di dalam iklan. Iklan humor seringkali digunakan karena dianggap dapat meningkatkan perhatian, ingatan, dan sikap terhadap merek. Selain itu, humor pada iklan harus dapat dipahami oleh konsumen sedangkan budaya dapat mempengaruhi persepsi pada humor. Penelitian ini membahas bagaimana pandangan konsumen dalam melihat iklan humor. Metodologi yang digunakan adalah studi kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui focus group discussion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya humor yang diminati pada para konsumen adalah jenis humor afiliasi, karena humor afiliasi adalah humor yang tidak menyinggung dan dapat diterapkan di dalam iklan humor. Keberhasilan dalam memahami humor pada Iklan humor dapat menghasilkan perhatian dari audiens yang tinggi terhadap iklan dan keberhasilan iklan humor ini perlu memperhatikan budaya humor dari target pasar, tokoh, dan intensitas unsur humor.

.....The element of humor is an emotional appeal that is often used in advertisements. Humorous advertising is often used because it is thought to increase attention, memory, and attitudes toward the brand. Other than that, the humor in advertisements must be understood by consumers, while culture can influence the perception of humor. This study examined how consumers view humorous advertisements. The methodology used is a descriptive qualitative study with data collection techniques through focus group discussions. The results of the study show that the culture of humor that consumers are most interested in is affiliation humor, because affiliation humor is humor that is not offensive and can be applied in humor advertisements. Therefore, success in understanding humor in humor advertisements can generate great attention from the audience to the advertisement. The success of this humor advertisement likewise needs to pay attention to the humor culture of the target audience, characters, and the intensity of the humor elements.