

Rancangan Pendekatan Signal Detection Theory untuk Mengevaluasi Efektivitas Pesan Iklan

Najla, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20303023&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan yang efektif adalah iklan yang mampu membuat konsumen yang melihatnya ingat pada pesan yang disampaikan. Pesan yang disampaikan dalam iklan umumnya berhubungan erat dengan elemen-elemen yang terkandung dalam produk yang diiklankan. Dengan konsumen dapat mengingat dan mengenali pesan tersebut besar kemungkinan produk tersebut akan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam membeli suatu barang.

Penelitian yang dilakukan untuk mengukur efektifitas dari iklan dapat dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif dapat menggunakan dua metode metode focus group discussion (FGD) dan In Depth Interview (IDI). Metode ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan teknik moderator/interviewer dan subyektifitas dalam analisis hasil. Dengan menambahkan pendekatan kuantitatif hasil penelitian akan menjadi lebih obyektif dan mendalam. Rancangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif ini diusulkan untuk menjadi alternatif lain untuk pengukuran pesan iklan.

Pengujian iklan dilakukan pada iklan televisi Farmhouse. Farmhouse sebagai penghasil daging olahan berupa sosis, berkeinginan untuk mengetahui efektifitas pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut. Melalui BBDO Komunika, sebagai biro iklan dari Farmhouse, penulis membantu Farmhouse membuat rancangan yang sesuai untuk masalah yang dihadapi oleh Farmhouse.

Rancangan ini akan menggunakan 200 orang partisipan perempuan usia 25 -45 tahun dan memiliki anak usia 6 tahun ke atas. Alat penelitian berupa kuesioner. Efektivitas iklan yang diukur dalam rancangan ini berhubungan dengan pemrosesan informasi kognitif yaitu pada tahap attention. Hasil data akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan Signal Detection Theory.