

## Peranan billboard dalam memelihara brand awareness khalayak terhadap merek yang dipampangkan di arena pertandingan olah raga (Studi kasus pada pertandingan sepak bola di Stadion Utama Senayan dalam rangka Pekan Olahraga Nasional XII di Jakarta)

Sada P.H. Sardjono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283405&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Iklan telah memasuki hampir semua bidang kegiatan manusia. Dalam PON XII yang diselenggarakan tahun 1989 lalu iklan juga memainkan peranan yang sangat penting, yaitu sebagai sumber dana utama dalam penyelenggaraan peristiwa puncak olahraga Indonesia itu. Di sekeliling arena seluruh cabang olahraga yang dipertandingkan ditempatkan billboard bil board yang memampangkan merek-merek Produk Resmi dan Sponsor Resmi PON XII. Penelitian ini ingin mengetahui sampai sejauh mana kesadarkenalan khalayak terhadap merek produk yang terpampang pendukung terbentuknya kesadarkenalan dan karakteristik billboard yang membuat khalayak mengingatnya. serta faktor Responden penelitian ini adalah penonton yang hadir langsung di Stadion Utama Senayan, yang dikumpulkan di Chicken setelah pertandingan usai, lalu diminta mengisi kuesioner tentang billboard di stadion. Texas Fried untuk Dari analisis data hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemasangan billboard di sekeliling arena pertandingan olahraga, khususnya sepakbola, memang cukup berhasil dalam memelihara brand awareness khalayak terhadap merek yang terpampang. Bahkan 4 47. responden brand awarenessnya baru terbentuk pertama kali saat penelitian ini dilakukan. Peran billboard menjadi lebih penting karena sebagian besar responden tingkat pengenalan mediana memang rendah. Faktor pendukung yang membuat billboard diingat seseorang, antara lain, adalah lokasi yang strategis serta kombinasi warna dan jenis huruf yang dipakai. Semuanya ini harus harus dipertimbangkan dan direncanakan dengan matang karena responden berada dalam tahap atensi pasif, yaitu hanya memiliki sedikit minat atau kebutuhan akan informasi dan tidak melagukan usaha yang disengaja untuk memperolehnya. Ini berarti bahwa billboard harus mencuri atensi penonton untuk sejenak memandang dan mengingatnya.