

## **Pengaruh pesan one-sided two-sided dalam iklan terhadap sikap anak-anak (suatu studi eksperimen)**

Wanlie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283539&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

#### **ABSTRAK**

Banyaknya merek untuk kategori produk tertentu menimbulkan persaingan ketat. Dengan berbagai cara, termasuk beriklan dengan gencar. Iklan yang gencar kadangkala menyesatkan konsumen, karena mendorong konsumsi produk sebanyak-banyaknya, terutama produk yang memiliki efek samping seperti permen. Produsen, melalui Iklannya mendorong kebiasaan untuk mengkonsumsi permen pada anak-anak konsumen potensial mereka yang dengan mudah mereka pengaruhi. Anak-anak tersebut kurang pengalaman, tidak menyadari bahwa konsumsi permen yang berlebihan menyebabkan gigi berlubang, obesitas/kegemukan bahkan kanker bila pewarna buatan dipakai dalam pembuatan permen. Selama ini anak-anak dibombardir dengan isi pesan yang bersifat one-sided tentang permen. Timbul pertanyaan bagaimana bila mereka diingatkan akan efek buruk permen, melalui pesan iklan two-sided. Dengan asumsi anak-anak akan berubah sikap iklan two sided dan memperkuat sikap bila diberikan pesan positif bila diberikan lagi pesan iklan one sided, maka penelitian ini eksperimen laboratorium adalah metodologi yang dipakai dengan design before- Dalam after. Sikap anak-anak sebelum dan sesudah treatment diberikan diukur untuk dibandingkan. Pengukuran dilakukan dengan ' mengisi pernyataan-pernyataan menurut skala Likert, yang sebelumnya telah diuji coba. Dari hasil penelitian didapati tidak ada perubahan sikap, baik pada kelompok kontrol maupun pada kelompok eksperimen. Sikap tidak selalu dapat memprediksi atau merupakan indikator dari perilaku. Ada faktor-faktor lain seperti situasi sosial yang mempengaruhi. Kadangkala meskipun secara kognitif perilaku tidak sesuai dengan sikap (menunjukkan adanya disonansi), keadaan tidak seimbang ini diabaikan bila ada imbalan yang dianggap demikian menarik untuk melakukan perilaku tertentu sedangkan sanksi kurang/tidak terlalu berat. Sosialisasi keluarga berperan dalam hal ini, pola pandangan, sikap dan kerangka rujukan karena sosialisasi keluarga menentukan anak-anak.