

Persepsi khalayak terhadap iklan televisi kombinasi animasi dan "slice of life" (Studi pada iklan permen vicks jahe)

Yourina Azwar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284892&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Iklan televisi merupakan jenis iklan audio-visual yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Hal ini disebabkan karena telah diperbolehkannya ditayangkan siaran komersial di stasiun swasta. Iklan televisi dikatakan media efektif untuk menyalurkan pesan karena kemampuannya dalam mengkombinasikan citra visual, suara dan gerak, sehingga keBampatan untuk mengembangkan pesan kreatif dan imajinatif lebih memungkinkan. Selain itu iklan televtai dapat menjangkau khalayak yang besar. Untuk menyampaikan pesan dalam media audio-visual ini dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, antara lain dengan memakai pendekatan Slice of Life, atau dengan pendekatan Animasi. Pendekatan Slice of life memperlihatkan masalah yang dihadapi khalayak sehari-hari dan bagaimana produk menyelesaikannya, merupakan pendekatan yang mendapat perhatian penonton yang Sedangkan Animasi cukup tinggi karena menarik untuk ditonton. Agar mencapai hasil maksimal, pengiklan sering menggabungkan pendekatan ini, dimana kelebihan keduanya dapat disatukan dan kelemahan masing-masing dapat ditutupi. Salah satu yang memakai pendekatan ini adalah produk permen Vicks Jahe, pengiklan menyalurkan pesan dengan memakai cuplikan kehidupan sehari-hari dan animasi. Terdapat masalah bila khalayak tidak dapat mempersepsikan animasi maupun iklan ini secara keseluruhan sehingga tujuan penyampaian pesan tidak tercapai. Peneliti tertarik akan masalah penyampaian pesan melalui iklan televisi dengan memakai animasi dan Slice of Life karena iklan televisi sedang berkembang sehingga kita perlu tahu bagaimana cara penyampaian pesan yang tepat. Dari hasil penelitian ini te.rgambar persepsi khalayak yang positif terhadap iklan televisi permen Vicks Jahe. Dengan perincian bahwa perhatian khalayak Sebagian besar mengacu pada pendekatan Slice of Life, sedangkan animasi ternyata bukan merupakan unsur yang menarik perhatian khalayak. Pesan secara keseluruhan dapat ditangkap dan dipersepsikan khalayak dengan baik, karakter animasi tidak terlalu mengena tetapi ternyata dengan tidak tertangkapnya makna utama yang seharusnya ditangkap oleh khalayak.