

Pengetahuan khalayak terhadap kemasan pasta gigi Pepsodent dengan calcium & fluoride dan Ciptadent

Manurung, Audrey F., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284911&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi merupakan alat untuk memajukan masyarakat. Manusia menjalani kehidupan berorganisasi dimana di dalamnya terjalin komunikasi baik secara lisan maupun tulisan. Salah satu kegiatan masyarakat yang menyertakan unsur komunikasi di dalamnya adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Komunikasi antara produsen dan konsumen dapat terjalin dalam rangka usaha produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu media untuk mengkomunikasikan produk yang diproduksi produsen adalah melalui produk. Hal ini disebabkan pada produk itu sendiri dapat diketahui nama merek, disain, warna kemasan, bentuk, ukuran dan unsur-unsur produk lainnya. Mata rantai yang penting dalam promosi adalah distribusi. Saluran distribusi dapat berbentuk pasar tradisional, grosir, waning ataupun pasar swalayan. Pasar swalayan sebagai salah satu mata rantai perdagangan merupakan tempat dimana berbagai kebutuhan sehari-hari, termasuk pasta gigi. Ada berbagai merek pasta gigi di pasaran dan untuk menarik perhatian (calon) konsumen, pasta gigi harus mampu membuat kemasan yang menarik agar (calon) konsumen dapat langsung memilih sebagai salah satu barang yang akan dibelanjakannya. Pepsodent merupakan salah satu pasta gigi yang telah lama beredar di masyarakat luas. Sekitar satu tahun yang lampau pasta gigi Pepsodent mengeluarkan bentuk kemasan baru, yaitu stand up tube dengan tutupnya berbentuk flip top cap. Sedangkan Ciptadent sebagai salah satu pasta gigi yang banyak beredar di pasaran luas dalam waktu satu tahun terakhir ini, memiliki warna yang hampir mirip dengan salah satu pasta gigi Pepsodent yaitu Pepsodent dengan Calcium 86 Fluoride. Tutup pasta gigi Ciptadent adalah pop off. Kedua pasta gigi diatas menjadi obyek dalam penelitian ini karena memiliki beberapa unsur yang hampir sama. Oleh karena itu dalam penelitian ini, penulis ingin melihat bagaimana pengetahuan khalayak terhadap kedua kemasan pasta gigi tersebut di salah satu pasar swalayan. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode penelitian survei dengan wawancara berstruktur. Sampel dibatasi pada ibu rumah tangga yang berumur antara 20 - 35 tahun. Penarikan sampel dilakukan secara acak dan dibatasi sejumlah 100 orang. Sedangkan tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan, ternyata sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang cukup baik untuk unsur kemasan pasta gigi Pepsodent. Seluruh responden yang memiliki pengetahuan tentang unsur kemasan Pepsodent dengan Calcium & Fluoride, diatas 50%. Pengetahuan responden terhadap unsur kemasan pasta gigi Ciptadent tidak begitu baik. Pengetahuan konsumen yang tertinggi untuk pasta gigi Ciptadent adalah mengenai bentuk tutup pasta gigi, yaitu sekitar 80%, yang kemudian akan diikuti oleh bentuk fisik kemasan. Sedangkan pengetahuan konsumen mengenai unsur kemasan pasta gigi Ciptadent yang paling rendah adalah bentuk huruf, yaitu 8,2% saja.