

Tingkat pengetahuan khalayak tentang iklan Bank Bumiputra (Studi mengenai pengetahuan khalayak pendengar tentang iklan Bung Depo di Radio Ramako)

Riandita Megastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284931&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dengan adanya kebijakan perbankan yang dicanangkan oleh pemerintah, menyebabkan semakin berperannya iklan dalam bidang perbankan. Dan hal ini terlihat dengan banyaknya iklan-iklan bank yang disiarkan oleh radio dengan frekwensi relatif tinggi, diantaranya yaitu di radio Ramako. Sehubungan dengan hal diatas, ingin diketahual mengenai pengetahuan yang dimiliki oleh pendengar radio Ramako terhadap iklan bung depo, dari bank Bumiputera. Konsep pengetahuan yang dipakai disini adalah seperti yang diutarakan oleh Kincaid dan Schramm, yaitu bahwa pengetahuan adalah informasi dan prinsip-prinsip yang dimiliki oleh manusia. Atau keseluruhan hal yang diketahui. Untuk mengetahui jawaban atas permasalahan diatas, maka diambil 100 orang responden yang merupakan pendengar setia Ramako, dengan pengambilan sampel secara random Setelah itu dipertimbangkan beberapa faktor yang diperkirakan mempengaruhi hasil penelitian ini, -yaitu usia, pendidikan, pengeluaran perbulan, penguasaan pesan sistematis. iklan bung depo, serta faktor-faktor internal dan eksternal. Sedangkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut, pengetahuan responden dalam penelitian ini secara umum adalah sedang, hal ini selain disebabkan karena sebagian besar responden lebih membutuhkan tabungan dibandingkan dengan deposito, dan rata-rata responden telah menjadi nasabah suatu bank. Dan dalam penelitian ini responden ternyata tidak mudah tergiur oleh iklan-iklan yang ditawarkan.