Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Penilaian khalayak terhadap karakteristik model iklan : Eksperimen lapangan terhadap tiha jenis iklan testional dengan menggunakan model viscap

S. Handoko Wignyowargo, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285072&lokasi=lokal

---

Abstrak

Penelitian ini ingin me lihat apakah
~
terdapat)
perbedaan pe nilaian terhada p karakteristik model i klan
oleh khalayak pada tiga j enis model yang d ita mpilkan dalam
c=-.: .
iklan testimonial, yaitu model ~~~.j. ty, model Expert dan
model Ordinary People . Karakteri s tik itu adalah berdasar
pad a model VisCAP yang terdiri dari Visibil ity,
Credibility (Expertise dan Objectivity), Attraction
(Similarity dan Likability) serta Power.
Penelitian ini merupakan eksperimen lapangan
dengan disain hanya sesudah tanpa kontrol~ PenguJian
hipotesa dilakukan dengan Analysis of Variance dari
Kruskal-Wallis. Dilakukan pembandingan berganda untuk.
~~lihat perbedaan-perbedaan yang nyata dari masing-masing
kelompok eksperimen.
Dari u~sur . dan subunsur karakteristik , hasil
pengujian menyatakan· perbedaan hanya pada .Visibi 1 i ty,
.E~pe rtise, Likabi lity, Attraction dan VisC AP~
Kesimpu _lannya adalah mod e l Celebrity l ebih tihggi
I ',1
nilainya di banding model Expert pad a karakteristik
d.
L,..ika bil ity dan Attract ion d a n tidak berbeda pad a
Visi bil ity serta ~isCAP. Terhadap model Ordinary People,
mode l Ce lebrity lebih ti nggi n ilainya pada Visibili ty,
· Likabi i ty, dan VisCAP d a n tid a k berbeda pada At traction
·' dan E>:pertise. ·
Model Expert lebih t i ngg i nil ainya terhadap model
Celebrity pada Expertise, dan bernilai sama pada VisCAP.
Terhadap model Or.cinary People model E ~pert lebih tinggi
' .
pada Visibi l i ty, Ex~er.tise dan VisCAP, dan berniiai s ama

pada Likability dan Attr a c tion.
Penelitian ini mehyimpul kan model Ordinary People
.tidak memiliki nilai lebih dibanding model Celebrity dan
model Expert