

Pendapat ibu rumah tangga tentang iklan susu formula lanjutan enfapro

Ina Christina Setiawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285320&lokasi=lokal>

Abstrak

Dunia industri di Indonesia semakin maju. Semakin banyak perusahaan yang hadir dan menghasilkan berbagai macam produk. Salah satu produk yang dihasilkan dan dilempar ke pasaran adalah produk susu bayi formula lanjutan. Banyaknya susu formula yang beredar di pasar, membuat persaingan antar produsen susu semakin ketat. Dalam situasi persaingan yang ketat ini, produsen harus mengadakan komunikasi dengan konsumennya. Sarana yang digunakan produsen untuk berkomunikasi dengan pembelinya melalui komunikasi pemasaran. Periklanan adalah salah satu bagian dan komunikasi pemasaran yang dapat digunakan produsen untuk berkomunikasi dengan konsumennya. Iklan sebagai wujud pesan dibentuk dengan simbol-simbol atau lambang-lambang mengandung elemen verbal (copy) dan elemen non verbal (visual). Elemen-elemen iklan harus dirancang sedemikian rupa agar selain dapat menarik perhatian konsumen, persuasif dan informatif; juga agar fungsi iklan dapat dijalankan. Penampilan iklan inilah yang menjadi permasalahan untuk diteliti, baik dari segi naskah iklan maupun visualisasi iklan yang dimuat di majalah dan tabloid. Yang menjadi obyek penelitian adalah iklan susu formula lanjutan Enfapro. Penelitian difokuskan pada pendapat ibu rumah tangga tentang iklan formula lanjutan Enfapro yang ada dalam media cetak baik majalah maupun koran, yang ditujukan untuk wanita maupun keluarga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan para informan. Informan terdiri dari ibu rumah tangga yang memiliki anak berusia di bawah 3 tahun dan ibu tersebut berlangganan salah satu majalah atau tabloid wanita, atau majalah keluarga. Dari hasil penelitian diketahui bahwa para informan pada umumnya dapat memahami pesan yang ada dalam naskah iklan Enfapro. Para informan umumnya dapat memahami maksud yang terkandung dalam headline, naskah, maupun slogan iklan Enfapro. Para informan dapat memahami naskah tersebut dengan alasan naskah iklan tersebut informatif, banyak memberikan penjelasan-penjelasan dan informasi mengenai unsur-unsur yang ada dalam susu Enfapro. Selain itu pendidikan informan pada umumnya tinggi sehingga tidak sulit bagi mereka untuk memahami iklan tersebut. Gambar iklan sebagai salah satu elemen visual oleh para informan dianggap menarik. Daya tarik gambar iklan terutama pada gambar anak yang mendominasi halaman iklan tersebut. Sedangkan warna yang digunakan dalam iklan, menurut para informan kurang menarik, karena kurang menyolok, sehingga terkesan sederhana. Penampilan iklan secara keseluruhan oleh para informan dianggap cukup bagus, walaupun tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, misalnya seperti headline yang kurang menyolok dan juga desain iklan yang terkesan berat kebawah. Mengenai atribut produk yang ditonjolkan, oleh para informan atribut tersebut dianggap penting, karena para informan merasa bahwa atribut yang ditonjolkan seperti unsur omega 6 dan omega 3 memang diperlukan oleh anak yang sedang dalam tahap perkembangan. Sedangkan atribut bebas gula pasir dianggap penting karena dapat mencegah kerusakan gigi pada anak. Para informan cenderung untuk tidak memperkenalkan gula pasir kepada anak mereka, agar anak mereka tidak menyukai makan yang manis seperti penmen, sehingga gigi anak mereka tidak mudah keropos. Hal yang mempengaruhi para informan menganggap penting unsur-unsur yang ada dalam Enfapro adalah pendidikan informan yang tinggi. Mereka umumnya sudah banyak mendapat

informasi mengenai unsur-unsur gizi yang dibutuhkan dalam pertumbuhan anak balita. Karena itu mereka dapat menilai unsur-unsur gizi yang ditawarkan oleh Enfapro itu penting dan dibutuhkan oleh anak yang sedang dalam masa pertumbuhan.