

Iklan obat sakit kepala di televisi: studi faktor-faktor penyajian iklan Paramex, Panadol dan Bodrex melalui metode focus group discussion

Nusirwan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90825&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Iklan sebagai salah satu komunikasi pemasaran atau bauran promosi merupakan kegiatan yang penting dalam pemasaran. Tujuan iklan adalah menyebarkan informasi kepada khalayak (informing), membujuk atau menarik khalayak (persuading) dan mengingatkan khalayak (reminding) agar digunakan produk yang ditawarkan. Untuk mencapai tujuan tersebut iklan harus harus didesain sedemikian rupa sehingga menimbulkan attention, interest, desire, action bagi khalayak serta iklan harus memiliki karakteristik tertentu, persuasif dan menarik.

Iklan obat pereda nyeri (analgesik) yang menjadi obyek penelitian adalah iklan obat sakit kepala Paramex, Panadol dan Bodrex pada media televisi. Pertimbangan pemilihan ketiga iklan tersebut dikarenakan produk - produk tersebut merupakan obat yang paling laku dan peringkat penjualannya masuk ke dalam kelompok lima besar dari seluruh obat bebas yang beredar di Indonesia.

Tujuan penelitian untuk mefakukan deskripsi isi pesan, urutan pesan, penarikan kesimpulan, daya tarik pesan dan menggali unsur-unsur iklan yang menarik dari aspek audio visual. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan metode pengumpulan data dilakukan wawancara mendalam dan focus group discussion (FGD). Peserta FGD dibagi dalam dua kelompok yang terdiri dari kelompok wanita 6 peserta dan kelompok pria 5 peserta. Pefaksanaan FGD dilakukan dengan penayangan iklan Paramex (judul Fotografer, durasi 15 detik), iklan Panadol (judul Sudah Lupa Tuh, durasi 15 detik), dan iklan Bodrex (judul Pasukan Bodrex, durasi 30 detik).

Hasil penelitian dari ketiga iklan tersebut disimpulkan bahwa iklan Paramex tidak menarik, iklan Panadol menarik dan iklan Bodrex kurang menarik. iklan Panadol dinyatakan menarik karena penggambaran visual dengan latar belakang yang sejuk, suasana keluarga harmonis, alur cerita yang jelas, dan musik tenang. Isi pesan "Sudah Lupa Tuh" jelas dan mudah diingat, daya tarik pesan menggunakan pendekatan gabungan rasional dan emosional.