

Persepsi konsumen terhadap unsur-unsur iklan obat batuk Woods' (Studi Pengguna dan non pengguna terhadap penyajian iklan obat batuk Woods)

Arief Budiman

Deskripsi Dokumen: <http://www.lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=75987&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan obat batuk yang dijadikan penelitian adalah iklan obat batuk Woods' pada media televisi. Pemilihan iklan tersebut dengan pertimbangan karena di Indonesia untuk pertama kalinya ada produk obat batuk yang membedakan jenis obatnya untuk penyembuhan batuk berbeda jenisnya. Pokok permasalahan yang akan dikaji dalam tests ini adalah: bagaimanakah persepsi khalayak sasaran terhadap penyajian iklan obat batuk Woods' yang berdampak pada pemahaman terhadap iklan tersebut.

Tujuan penelitian untuk melakukan deskripsi isi pesan, urutan pesan, penarikan kesimpulan, daya tarik pesan dan menggali unsur-unsur iklan yang menarik dari aspek audio visual. Penelitian ini bersifat kualitatif dan metode pengumpulan data menggunakan Focus Group Discussion (FGD). FGD ini terbagi dalam dua kelompok besar yaitu User dan Nonuser yang kemudian setiap kelompok

tersebut dipecah lagi menjadi masing-masing Kelompok Kelas Ekonomi A dan Kelompok Kelas Ekonomi BC, jadi terdapat 4 kelompok.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan-iklan yang ditayangkan dipahami oleh sebagian besar peserta FGD. Pemahaman khalayak sasaran yang diteliti ini terhadap iklan Woods' Research Centre dipengaruhi oleh cara penyampaian pesannya yang menarik, menggunakan alur cerita yang jelas, tema cerita yang bersifat humor, visualisasi yang bagus, penggunaan talent dokter sebagai sumber pesan sehingga khalayak sasaran mempercayai anjuran iklan tersebut, pemilihan bintang iklan pendukung yang tepat, pemilihan lokasinya tepat yaitu suasana laboratorium kesehatan sehingga lebih meyakinkan khalayak.

Sedangkan pemahaman khalayak sasaran yang diteliti inio terhadap iklan Woods' Orang Buta karena peran yang disampaikan komunikatif, sehingga khalayak sasaran memahami pesan yang disampaikan dalam iklan ini. Hal ini disebabkan oleh tema cerita yang digunakan mudah diingat, alur cerita yang mudah diikuti dan cenderung menghibur, dan eksekusi iklan yang bagus baik dan komposisi warna, penggunaan talent yang tepat, pemilihan lokasi pembuatan serta ilustrasi musik yang pas sesuai dengan ceritanya.

