

PENGARUH TAYANGAN IKLAN PEPSODENT VERSI “AYAH SIKAT GIGI” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP PEMIRSA

Ero Wibisono

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk membahas pengaruh tayangan iklan pepsodent versi “Ayah Sikat Gigi” di televisi terhadap sikap pemirsa. Iklan digunakan untuk mengingatkan masyarakat, sehingga dalam mengisi celah persaingan, pepsodent lebih menekankan sisi emosional dalam beriklan. Tinjauan pustaka yang penulis gunakan adalah teori Komunikasi, Komunikasi Massa, Periklanan, Televisi Sebagai Media Periklanan, tayangan iklan, dan Sikap. Penelitian menggunakan pendekatan dengan menggunakan metode survei kuantitatif, dan pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner. Dengan melakukan riset ke komplek Reni Jaya RW18 Pamulang, maka didapatkan sampel sebanyak 77 dengan populasi sebesar 327. Sampel kepada Ayah dikarenakan tayangan iklan Pepsodent versi “ayah sikat gigi” mempunyai tema tentang himbauan terhadap seorang ayah. Penelitian ini memerlukan data primer menggunakan kuesioner, dan data sekunder melalui kepustakaan dan internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara tayangan iklan Pepsodent versi “ayah sikat gigi” terhadap sikap pemirsa. Kesimpulannya adalah hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa tayangan iklan Pepsodent versi “ayah sikat gigi” mempunyai pengaruh yang kuat terhadap sikap konsumen. Kesimpulan tersebut peneliti dapatkan dari hasil uji koefisien korelasi, uji regresi, dan uji t. Dengan demikian H_0 ditolak dan hipotesis yang diajukan H_a diterima, yaitu terbukti adanya pengaruh antara tayangan iklan Pepsodent versi “ayah sikat gigi” di televisi terhadap sikap pemirsa pada ayah di perumahan Reni Jaya RW 18 Pamulang.

Kata Kunci : Pepsodent, Pengaruh Tayangan Iklan, Sikap Pemirsa.

INFLUENCE OF PEPSODENT AD VERSION “AYAH SIKAT GIGI” ON TELEVISION OVER AUDIENCE ATTITUDES

Ero Wibisono

Abstract

This study was conducted to examine the influence of impressions Pepsodent ad version “Ayah Sikat Gigi” on television over audience attitudes. Advertising is used to alert the public, thus filling a gap in the competition, Pepsodent further emphasize the emotional side in advertising. Review of the literature that writer use is the theory of communication, Mass communication, Advertising. Television as a medium for advertising, commercials and attitude. The research use approaching using quantitative surveys and the data collection is using questionnaires, by doing research in Reni Jaya RW18, Pamulang, then obtained a sample as many as 77 with a population of 327 people. Most of the sample is intended to Fathers because Pepsodent ad version “Ayah Sikat Gigi” has a discuss that appeal to Fathers. This study needs primary data that using questionnaires and the secondary data through the library and internet. The results of this study shows that it's have a strong impact and significant between the Pepsodent ad version “Ayah Sikat Gigi” to the public attitudes. The conclusion that researcher got from the results of correlation, coefficient test and t test. Therefore H_0 is rejected and the hypothesis that applied H_a is accepted, it shown that there are impact between the Pepsodent ad version “Ayah Sikat Gigi” on television towards the audience attitudes to fathers in Reni Jaya RW18 Pamulang.

Keywords : Pepsodent, The influence of ad impressions, Audience attitudes.