

Judul : Analisis Daya tarik Iklan Produk Rokok Gudang Garam Merah Versi Abadi Kiriman Kilat di Media Televisi dikalangan Mahasiswa Aktif Semester Genap 2010/2011 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

Nama : Zairina Nur Sadiqa

NIM : 44307010014

Bibliografi : 25 Buku (1983 – 2008)

ABSTRAKSI

Periklanan adalah fenomena bisnis modern, tidak ada perusahaan yang ingin maju dan memenangkan kompetisi bisnis tanpa mengandalkan iklan. Iklan juga bias dikatakan sebagai jendela kamar dari sebuah perusahaan, keberadaan iklanlah yang menghubungkan perusahaan dengan masyarakat khususnya konsumen. Iklan produk adalah iklan yang berisi pesan tentang barang, sementara iklan bukan produk berisi informasi atau jasa. Tampilan iklan-iklan pada media televisi berlomba-lomba untuk menarik simpati dari pemirsanya menimbulkan gagasan mengenai konsep iklan yang bermacam-macam, salah satunya adalah tampilan iklan yang menggambarkan seorang Pemuda dengan semangat dan kemauan yang tinggi untuk maju.

Daya Tarik Iklan Produk Rokok Gudang Garam Merah di Media Televisi Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh daya tarik iklan televisi Gudang Garam Merah di kalangan khalayak serta mengetahui atribut produk yang paling dominan mempengaruhi daya tarik iklan produk rokok Gudang Garam Merah di media televisi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mereka yang memutuskan membeli dan mengkonsumsi rokok, tanpa membedakan jenis kelamin dan yang berusia diatas 17 tahun keatas. Sampel penelitian ini adalah 100 konsumen yang dianggap telah cukup mewakili populasi yang diteliti. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki motivasi ketertarikan yang tinggi terhadap variabel pesan iklan, audio, bintang iklan, dialog, penampilan visual, pengaturan dan daya tarik iklan produk rokok Gudang Garam Merah di media televisi, terbukti dari jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju. Pada hasil yang di teliti per dimensi pesan iklan yang paling dominan tingggi skor yg di dapat dengan jawaban setuju atau menarik dikarenakan iklan tersebut mempunyai pesan iklan yang sangat menarik dan mudah untuk dipahami khalayak.