



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Muhar Denny (4430401-068)

Respon Kognitif Masyarakat di Lingkungan RT 001/010 Kelurahan Cengkareng Barat Terhadap Iklan Televisi LA Light versi “Berani Enjoy Tiap Hari”

83 Halaman

25 Referensi (1980-2004)

ABSTRAKSI

Pada zaman sekarang ini banyak sekali perusahaan-perusahaan rokok yang mengeluarkan produknya dengan berbagai jenis, rasa, kemasan. Perusahaan rokok mengeluarkan produknya dengan berbagai jenis karena itu merupakan salah satu kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan berbagai cara perusahaan rokok mengeluarkan produknya, sehingga produk yang dikeluarkan dapat menguasai pasar dan dapat menarik perhatian konsumen untuk membelinya. Iklan rokok pada tampilan iklan nya tidak dibolehkan untuk menampilkan produk yang di iklankan oleh sebab itu para kreator iklan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar iklan tersebut memperoleh perhatian dari khalayak dan terciptanya brand awareness. Seperti pada iklan LA Light versi “Berani Enjoy Tiap Hari di televisi. LA Light pada tampilan iklannya butuh pemikiran yang mendalam untuk mencernanya agar dapat paham dengan iklan tersebut. Setiap orang memiliki respon yang berbeda-beda dalam menanggapi suatu stimuli.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana respon kognitif khalayak yaitu Masyarakat terhadap iklan televisi LA Light versi “Berani Enjoy Tiap Hari. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui respon kognitif Masyarakat terhadap iklan televisi terhadap unsur-unsur iklan LA Light versi “Berani Enjoy Tiap Hari melalui media Televisi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survey yang menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik random sampling. Populasi pada penelitian ini berjumlah 112 orang. Dengan menggunakan rumus Yamane, maka diambil 53 orang untuk di jadikan responden.

Dari hasil penelitian pada instrument-instrument di atas akhirnya diperoleh hasil respon kognitif secara keseluruhan yaitu bahwa responden yang memperhatikan, memahami, dan mengetahui unsur-unsur yang terdapat dalam tampilan iklan televisi LA Light versi “Berani Enjoy Tiap Hari, dikategorikan memiliki tingkat respon kognitif tinggi. Ini menunjukkan responden memahami terhadap tayangan iklan tersebut. Untuk saran yang penulis sampaikan agar tampilan iklan dapat mempertahankan durasi iklan agar khalayak dapat memahami iklan dari awal hingga akhir iklan tersebut serta mempertahankan ide kreatifnya.