



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Periklanan

ABSTRAKSI

Agus (04302-061)

Tingkat Perhatian Pembaca Terhadap Perbedaan Penempatan Iklan Pada Surat Kabar Harian Sindo.

(X, 63 Hal, 18 Tabel, 3 Lampiran)

Bibliografi : 18 buku (1984-2004)

Berbagai media alternative diciptakan oleh para pembuat iklan agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dan cepat diingat oleh konsumen. Penampilan iklan yang menarik tercermin dari penggunaan unsur-unsur iklan dan penggunaan media sebagai alat promosi. Dalam proses perhatian khalayak terhadap penafsiran unsur-unsur iklan, seseorang dipengaruhi oleh luas pengalaman dan lingkup referensinya.

Masalah yang mungkin muncul pada bisnis media cetak adalah ketika pemasar ingin menentukan lokasi yang tepat untuk menempatkan iklan produk perusahaannya. Harus diperhatikan oleh pemasar bahwa tidak semua pembaca surat kabar membacaaaa setiap halaman dari surat kabar, sehingga karakter iklan dan penempatan iklan yang tepat sangat penting untuk memancing keingintahuan pembaca. Oleh karena itu sebuah iklan yang tepat diharapkan dapat mampu menarik perhatian khalayak pembaca bagi yang melihat iklan tersebut dan dapat menciptakan tindakan pembelian sebagai tujuan akhir periklanan.

Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah memberi gambaran tentang tingkat perhatian pembaca terhadap penempatan iklan yang berbeda pada surat kabar harian sindo.

Landasan Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori yang berkaitan dengan tingkat perhatian, seperti teori AIDA dan unsur-unsur iklan yang ada pada Koran Sindo seperti ukuran, warna, penempatan, desain.

Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan metode survey, dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dengan teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling, sample yang diambil sebanyak 60 responden dari populasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden mempunyai tingkat perhatian yang tinggi, karena unsur-unsur iklan yang dibuat oleh pengiklan pada Koran Sindo mempunyai tingkat perhatian yang termasuk tinggi dari responden, seperti Ukuran Iklannya, sehingga khalayak mempunyai tingkat perhatian yang termasuk tinggi terhadap iklan tersebut, selain itu warna yang digunakan ada 2 warna yaitu hitam putih dan berwarna, sehingga khalayak dapat dengan mudah mengingatnya.