

PERSEPSI ORANG TUA SISWA TENTANG TAYANGAN IKLAN KARTU THREE DI TELEVISI(Studi Pada Orang Tua Siswa Kelas VI SD Negeri Dinoyo II-Malang)

 Oleh: Indra Gunawan (03220061)

Communication Science

Dibuat: 2008-07-23 , dengan 2 file(s).

Keywords: Iklan dan Persepsi

Penelitian ini didasarkan pada fenomena maraknya pemakaian telepon genggam pada anak Sekolah Dasar. Berdasarkan penelitian awal, diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar siswa SD Negeri Dinoyo II Malang khususnya kelas VI telah memiliki telepon genggam. Hal ini bisa dikarenakan oleh beberapa faktor salah satunya melalui televisi khususnya iklan. Iklan kartu Three merupakan salah satu iklan yang menggunakan pemeran anak Sekolah Dasar sebagai bintang iklan. Dari sinilah peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana persepsi orang tua siswa tentang tayangan iklan kartu Three, dengan tujuan dapat mengetahui persepsi orang tua tentang tayangan iklan kartu Three di televisi.

Iklan merupakan salah satu kegiatan penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan. Iklan harus dirancang semenarik mungkin sehingga mampu membujuk para khalayak agar menggunakan produk yang diiklankan. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Desiderato). Ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi. Faktor yang pertama adalah faktor fungsional yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor personal. Sedangkan yang kedua adalah faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu

Melalui metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi dan observasi. Selain teknik pengumpulan data, peneliti juga menggunakan teknik pengambilan subyek penelitian dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu sample bertujuan. Setelah data diperoleh, maka data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif yang terdiri dari pengumpulan data, data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), penarikan kesimpulan (Mathew B. Miles dan Hubberman).

Hasil dari penelitian menunjukkan pendapat yang berbeda-beda tentang tayangan iklan kartu Three. Perbedaan tersebut terdapat pada semua indikator-indikator yang ada, namun pada dasarnya hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar subyek penelitian berpendapat bahwa iklan kartu Three merupakan sebuah iklan yang mencoba untuk menggugah hasrat konsumtif masyarakat khususnya para orang tua. Selain menggugah hasrat konsumtif para orang tua iklan tersebut juga mampu memberikan sebuah pelajaran tentang pengenalan teknologi jaman sekarang yang bisa dimulai sejak dini.

Research concerns with the phenomenon of cellular phone of Elementary School students. Preliminary study finds that most of Class Sixth students in SD Negeri Dinoyo II Malang have cellular phone. This becomes evident due to several factors, among other the advertisement on television. The advertisement of cellular card Three refers to one using elementary school

students as the artist. The author attempts to review the student's parent perception about the advertisement of cellular card Three aiming at understanding the parent perception about the cellular card Three advertisement on television.

Advertisement constitutes an activity to disseminate messages from communicator to communicant. The advertisement must be planned as the interesting one to persuade people to use the advertised product. The perception represents the experience on objects, incidents or relations obtained by summarizing the information and interpreting the messages (Desiderato). Two factors affect perception. First factor relates to the functional factor emanating from the demand, past experience, and others including personal factor. The second will be the structural factor from physical stimulus and nerve effects usually developed by individual nerve system. Research employs qualitative descriptive method with several techniques of data collection such as interview, documentation and observation. In addition to data collection technique, researcher also uses purposive sampling technique to determine the subject of research. The obtained data will be analyzed by qualitative data analysis technique consisting data collection, data reduction, data display, and conclusion remark (Mathew B. Miles and Hubberman).

Results of research indicate the different opinion about the advertisement of cellular card Three. The different also prevails for the existed indicators. In essence, results show that most of research subjects assert that the advertisement of the cellular card Three submits to one stimulating consumptive passion of the public, particularly the parent. Other reason may be that the parent will judge the advertisement as a matter of learning about the recent earlier introduced technology.