

ABSTRAK

ANALISIS DAYA TARIK IKLAN TV

Studi Kasus Pada Masyarakat Perumahan: Puri Gejayan Indah, GebangPermai,
Griya Perwita Asri

Yosep Mahardhika Pramono
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Tipe iklan TV yang dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen (2) Atribut iklan TV yang dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen (3) Peran Iklan TV dalam proses pengambilan keputusan konsumen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dan observasi. Sampel penelitian berjumlah 91 responden, dari tiga perumahan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *proporsional sampling*, yaitu dengan membandingkan jumlah populasi pada tiap perumahan dengan total populasi dari tiga perumahan. Dalam menentukan responden, peneliti menggunakan cara aksidental. Untuk menganalisis masalah pertama sampai ketiga digunakan teknik analisis *Mean Arithmetic*. Dimana hasilnya dikelompokkan dalam kategori skala sikap, dengan menggunakan *Skala Likert*.

Dari analisis masalah pertama diketahui bahwa tipe iklan TV yang dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen adalah tipe iklan humor. Hasil analisis masalah yang kedua diketahui bahwa atribut iklan TV yang dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen adalah atribut iklan *scenes/skenario* iklan. Sedangkan pada masalah ketiga diketahui peran iklan TV dalam proses pengambilan keputusan konsumen adalah sebagai bahan informasi tambahan.

ABSTRACT

THE ANALYSIS ON THE ATTRACTIVENESS OF TV ADVERTISEMENT A Case Study at the Housing Community: Puri Gejayan Indah, Gebang Permai, Griya Perwita Asri

**Yosep Mahardhika Pramono
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004**

The purpose of this research was to find out (1) types of TV advertisement that were attractive for consumers (2) attributes of TV advertisement that could make them attractive (3) the role of TV advertisement in the decision making of the consumers.

The technique for collecting data were questionnaire and observation. The sampel of the research consisted of respondent living in three housing complex. The sampling method was propotional sampling. In choosing the respondents, the researcher used the accidental method. To analyze the first, the second, and the thrid problems, it was used the Mean Arithmathic analysis. And its result was classified in the scale-of-attitude category, by using Lingkert's scale.

The conclusion of this research was that (1) the type of TV advertisement that were attractive for consumers were the types of humor advertisement, (2) the attracking attributs of TV advertisement were the attributes of scenes advertisement, and (3) the role of TV advertisement in the decision making process of the consumers was as additional information.