



**PERBEDAAN KEEFEKTIFAN IKLAN DITINJAU DARI
JENIS IKLAN CETAK KARTUN DAN IKLAN CETAK
BUKAN KARTUN PADA KONSUMEN ANAK
(Studi Eksperimen Keefektivan Iklan terhadap AIDA)**

skripsi

disajikan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Jurusan Psikologi

oleh

Vina Husnul Khotimah
1550405032

PERPUSTAKAAN
UNNES

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2010

ABSTRAK

Khotimah, Vina Husnul. 2010. Perbedaan keefektifan iklan ditinjau dari jenis iklan cetak kartun dan iklan cetak bukan kartun pada konsumen anak (studi eksperimen keefektifan iklan terhadap AIDA). Skripsi, Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Siti Nuzulia, S.Psi, M.Si, dan Pembimbing II Ali Formen, S.Pd, M.Ed.

Kata kunci: Keefektifan Iklan, Bentuk Iklan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dua hal. Pertama, di Indonesia saat ini ada banyak konsumen anak, jumlahnya hampir sama dengan jumlah konsumen usia dewasa. Konsumen anak ini merupakan kelompok konsumen yang sangat potensial, mereka adalah pasar untuk saat sekarang dan untuk masa depan. Salah satu usaha yang dilakukan produsen kebutuhan anak di Indonesia untuk menarik perhatian konsumen anak pada produk mereka adalah dengan menggunakan visualisasi kartun dalam penyampaian iklan mereka. Kedua, dalam pembuatan iklan produsen mengeluarkan dana yang tidak sedikit. Iklan harus benar-benar efektif agar dana yang dikeluarkan dalam pembuatan iklan tidak terbuang sia-sia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan keefektifan iklan ditinjau dari jenis iklan cetak kartun dan iklan cetak bukan kartun pada konsumen anak. Subjek penelitian ini adalah 60 siswa dan siswi SD kelas III sampai kelas VI yang memiliki kriteria berusia antara enam sampai sebelas tahun, menyukai susu, uang saku minimal Rp. 3000,00 dan bisa memahami bahasa tulis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksperimen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan skala tentang keefektifan iklan serta observasi. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan rumus chi kuadrat. Perhitungan olah data hasil penelitian menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 16 *for Windows*.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan diperoleh hasil nilai signifikansi perhitungan chi kuadrat sebesar 0,150, artinya bahwa hipotesis kerja ditolak. Jadi tidak ada perbedaan keefektifan iklan ditinjau dari jenis iklan cetak kartun dan iklan cetak bukan kartun pada konsumen anak. Meskipun tidak ada perbedaan keefektifan iklan antara kedua jenis iklan tadi, tetapi secara umum keduanya memiliki keefektifan iklan yang tinggi. Hal ini bisa dilihat dari mean empiris keduanya yang lebih besar dari mean teoritiknya. Mean teoritik keduanya sebesar 15, sedangkan mean empiris untuk iklan cetak kartun sebesar 26,1667 dan mean empiris untuk iklan cetak bukan kartun sebesar 25,1667.