

ABSTRAK

Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Tentang Kepatuhan Protokol Kesehatan Covid-19 (Analisis Video Musik Padi Reborn “Ingat Pesan Ibu” Di YouTube)

Erfiny Yurike 1), Naurissa Biasini 2), Yosaphat Danis 2)

1) Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh negara di dunia membuat pemerintah Indonesia harus bertindak untuk mencegah penyebarannya. Pemerintah Indonesia membuat satgas penanganan Covid-19 untuk menangani pandemi tersebut. Salah satu tugas satgas penanganan Covid-19 adalah mengingatkan masyarakat untuk patuh pada protokol kesehatan. Untuk mengingatkan masyarakat Indonesia yang luas mengenai protokol kesehatan Covid-19, perlu bantuan media guna menyebarkan informasi. Satgas penanganan Covid-19 membuat iklan layanan masyarakat bekerja sama dengan Padi Reborn berjudul ingat pesan ibu. Hal ini menarik minat peneliti untuk membahas bagaimana efektivitas iklan layanan masyarakat tersebut pada penontonnya di YouTube. Peneliti menggunakan cognitive response model dalam pembahasan, dengan menekankan pada tahap respon kognitif dari audiens. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif. Peneliti mengumpulkan data dengan kuisioner kepada 400 sampel, kemudian akan dibahas dengan analisis univariat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat ingat pesan ibu memiliki efektivitas yang sangat baik dilihat dari proses kognitif audiens. Hal ini dibuktikan dengan jawaban audiens terhadap tiga dimensi yaitu pesan, sumber dan eksekusi iklan yang memiliki proses kognisi menerima oleh audiens.

Kata kunci : Covid-19, Efektivitas, Iklan layanan masyarakat, Cogitive response model

Pustaka : 34

Tahun Publikasi : 2021