

Efektivitas Penerapan Teori Gestalt Pada Iklan Cetak Adidas Terhadap Pemahaman Konsumen

YUDA BHAKTI SUSILA

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>*

ABSTRAK

Adidas merupakan salah satu perusahaan sepatu olahraga terbesar di dunia memerlukan iklan untuk menyampaikan pesan, menarik minat konsumen, serta meningkatkan penjualan. Salah satu versi iklan cetak yang dikeluarkan oleh Adidas adalah versi Fake Hurts Real. Pada versi ini Adidas menyampaikan pesan bahwa pemakaian sepatu Adidas yang tidak asli tidak akan memberi perlindungan terhadap kaki si pemakai sehingga akan melukai si pemakai. Iklan versi ini menarik karena Adidas menerapkan teori Gestalt dalam memvisualisasikan pesan yang disampaikan kepada konsumen. Teori Gestalt menjelaskan proses pengorganisasian sensasi yang memiliki hubungan, pola, ataupun kemiripan menjadi kesatuan. Teori Gestalt berusaha mengurangi sensasi menjadi bagian-bagian kecil. Pada penulisan skripsi ini, dikaji efektivitas penerapan teori Gestalt pada iklan cetak Adidas terhadap pemahaman konsumen. Adapun metode yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah metode kuantitatif. Setelah diadakan penelitian terhadap sampel yang diambil maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan teori Gestalt pada iklan cetak Adidas ternyata efektif dipahami oleh konsumen.

Kata Kunci : Adidas, teori Gestalt, persepsi, efektif

The Effectivity Of Gestalt Theory Application At Adidas Print Advertising For Customer Understanding

YUDA BHAKTI SUSILA

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

ABSTRACT

Adidas is one of the largest sport shoes company in the world requires advertising to deliver a message, attract customers and increase sales. One version of a print ad released by Adidas is a version of Fake Hurts Real. On this version, Adidas deliver the message that wearing fake Adidas shoes will not provide protection to the wearer's foot so that it will injure the wearer. This version is interesting because Adidas applying Gestalt theory to visualize may delivered to customers. Gestalt theory explains the process of organizing sensation that have a relationship, pattern, or likeness to be unity. Gestalt theory trying to reduce the sensation into small pieces. At this thesis, studied the effectivity of the application Gestalt theory in Adidas print ad for customers understanding. The methods used in this thesis is a quantitative method. After research on samples taken, it can be concluded that the application of Gestalt theory in Adidas print ad was effective to understood by customers.

Keyword : Adidas, teori Gestalt, persepsi, efektif