

UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION AND ASVERTISING

Nama : Agustina Kurniati
NIM : 44308010025
Judul : Persepsi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Terhadap Iklan Oreo Versi
“Afika” Ditelevisi (Survey Terhadap Mahasiswa Marketing
Communication And Advertising 2010)
Bibliografi : 27 Buku (th. 1987 - th. 2006) + Internet

ABSTRAKSI

Persaingan di dunia periklanan semakin hari semakin berkembang dan usaha yang dilakukan produsen dalam memproduksi produk mereka pun ikut berkembang setiap harinya. Setiap perusahaan ingin unggul dalam bersaing untuk memperebutkan perhatian konsumen akan produk yang dipasarkan oleh karena itu mereka akan bekerja keras menggali ide dan kreativitas untuk menghasilkan iklan yang menarik minat konsumen.

Periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Komunikasi merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari, dimana didalamnya terjadi pertukaran informasi, mempengaruhi, membujuk dan lain-lain antara individu maupun kelompok.

Dalam penulisan skripsi ini, tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Tipe penelitian ini terbatas pada bahasan untuk menggambarkan situasi atau peristiwa secara objektif mengenai persepsi mahasiswa universitas mercu buana terhadap iklan oreo versi afika survey mahasiswa marketing communication and advertising 2010.

Penelitian ini menggunakan metode survey, dalam penelitian kali ini populasinya adalah mahasiswa marketing communication and advertising 2010 dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data pokok dalam penelitian. Hasil analisis penelitian mengenai Persepsi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Terhadap Iklan Oreo Versi “Afika” ditelevisi (survey terhadap mahasiswa marketing communication and advertising 2010) mulai dari tahap seleksi, organisasi, dan interpretasi. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada mahasiswa marketing communication and advertising 2010 sebanyak 77 responden.