



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

RIO HENDRA PUTRA LAKSAMANA (44307010013)

**RESPON KHALAYAK MENGENAI IKLAN TOP COFFEE VERSI
“BONGKAR KEBIASAAN LAMA” DI TELEVISI
5 BAB + 100 HALAMAN + 5 LAMPIRAN + 37 BUKU**

ABSTRAK

Manusia melakukan interaksi dengan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara komunikasi. Iklan merupakan salah satu alternative yang ditempuh untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk, yaitu dengan membuat iklan yang menarik dengan menggunakan media beriklan semaksimal mungkin. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauh manakah respon Kognitif khalayak mengenai unsur-unsur iklan TOP Coffee versi “Bongkar Kebiasaan Lama”.

Teori yang digunakan mengacu pada konsep respon yang dikembangkan oleh McGuire, yang membagi proses pembentukan respon melalui kegiatan komunikasi menjadi lima tahap yaitu : *Presentation, Attention, Comprehension, Yielding, dan Behavior*. Kelima tahap tersebut kemudian dikelompokkan menjadi tiga bidang yaitu kognitif, afektif dan behavior, namun dalam penelitian ini peneliti hanya membahas pada tiga tahap yaitu *Presentation, Attention* dan *Comprehension* saja karena hanya membahas dalam bidang variabel kognitif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Sifat atau tipe penelitian ini adalah deskriptif. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat teknik penarikan *sample* dalam penelitian ini adalah *Total sampling* dengan cara *Random Sampling* karena jumlah populasi dibawah angka 100 orang, yaitu berjumlah 86 orang.

Hasil penelitian menunjukkan Respon Khalayak Mengenai tayangan Iklan TOP Coffee versi “Bongkar Kebiasaan Lama” adalah cukup positif, dimana unsur endorser dan unsur logo pada iklan tersebut memiliki dampak kognitif tertinggi yaitu dengan presentase 17% (unsur logo) dan 16,3% (unsur endorser) pada tahap *attention* sedangkan pada tahap *comprehension* dengan presentasi 17,44% (unsur endorser) serta 12,8% (unsur logo).