

SISWANTO (44307010023)

**RESPON KOGNITIF DAN AFEKTIF KHALYAK MENGENAI IKLAN
KORPORAT TELKOMSEL VERSI “PALING INDONESIA” DI TELEVISI**

5 BAB + 110 HALAMAN + 7 LAMPIRAN + 30 BUKU

ABSTRAK

Iklan begitu akrab dengan kehidupan kita. Mulai dari bangun tidur, beraktifitas di rumah keluar rumah, ditempat kerja, sampai kita pulang lagi ke rumah dan tidur, berapa banyak iklan yang kita saksikan?! Lalu berapa banyak iklan yang dapat mempengaruhi kita sehingga kita tertarik untuk membeli produk/ jasa yang ditawarkan Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana respon afektif khalayak mengenai iklan Telkomsel versi paling Indonesia di televisi

Teori yang digunakan mengacu pada konsep respon yang dikembangkan oleh Robert J. Lavidge dan Gary Stainer, yang membagi proses pembentukan respon melalui kegiatan komunikasi menjadi enam tahap yaitu: *Awareness* (tingkat kesadaran), *Knowledge* (tingkat pengetahuan), *Liking* (tingkat kesukaan), *Preference* (tingkat pilihan), *Conviction* (tingkat keyakinan) dan *Purchase* (tingkat pembelian) peneliti hanya membahas dalam bidang variabel kognitif sampai dengan variable afektif saja.

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 *simple random sampling* dengan jumlah populasi angka 2.026 orang, yaitu berjumlah 92 orang.

Jadi dapat disimpulkan secara keseluruhan Kognitif Khalayak Mengenai iklan Telkomsel versi “Paling Indonesia” di televisi adalah cukup Tinggi, Dan Afektif Khalayak Mengenai iklan Telkomsel versi “Paling Indonesia” di televisi adalah Tinggi. Dimana dampak kognitif tertinggi terletak pada unsur logo dan isi pesan pada iklan tersebut, sedangkan dampak afektif tertinggi terlatak pada unsur isi pesan dan logo pada iklan tersebut.