



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**TINGKAT KOGNITIF KHALAYAK TERHADAP IKLAN
AXIS VERSI KARTUN DI TELEVISI
(Survei terhadap warga Rw 09 Karang Tengah Ciledug)**

Skripsi

**Diajukan sebagai syarat mendapat gelar sarjana Strata 1 (S - 1) Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communications & Advertising**

Disusun Oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Ali Fikri
4430401 – 024

**F a k u l t a s I l m u K o m u n i k a s i
Universitas Mercu Buana
Jakarta
2011**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Ali Fikri
NIM : 4430401 – 024
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : Tingkat Kognitif Khalayak Terhadap Iklan Axis Versi Kartun
Di Televisi
(Survei terhadap warga Rw. 09 Karang Tengah Ciledug)

Jakarta, 27 Juli 2011

Mengetahui,
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing

(Ratih Hasanah. S.Sos. M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Ali Fikri
NIM : 4430401 – 024
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : Tingkat Kognitif Khalayak Terhadap Iklan Axis Versi Kartun
Di Televisi
(Survei terhadap warga Rw. 09 Karang Tengah Ciledug)

Jakarta, 27 Juli 2011

1. Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si (.....)

2. Penguji Ahli

Nama : Ponco Budisulistyo, S.Sos. M.Comn (.....)

3. Pembimbing

Nama : (Ratih Hasanah, S.Sos. M.Si) (.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ali Fikri
NIM : 4430401 – 024
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : Tingkat Kognitif Khalayak Terhadap Iklan Axis Versi Kartun
Di Televisi
(Survei terhadap warga Rw. 09 Karang Tengah Ciledug)

Jakarta, 27 Juli 2011

Disetujui dan Diterima oleh,
UNIVERSITAS
Pembimbing
MERCU BUANA

(Ratih Hasanah. S.Sos. M.Si)

Mengetahui,

Dekan FIKOM

(Dra. Diah Wardhani.M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Djah Cahyowati.M.Si)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Robbil alamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia yang telah dilimpahkannya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Tingkat Kognitif Khalayak Terhadap Iklan Axis Versi Kartun Di Televisi (Survei terhadap warga Rw. 09 Karang Tengah Ciledug)” dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak sekali pihak yang member bantuan baik dari segi moral material, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ratih Hasanah, S.Sos. M.Si selaku Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas segala perhatiannya yang sangat besar dan bimbingannya serta ilmu-ilmu yang berguna dan bermanfaat yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Terima kasih untuk ibunda (Zhulaikah) dan ayahanda (Salim Ali Sastro) tercinta, merekalah orang yang paling hebat yang penulis hormati dan segani seumur hidup. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, nasehat, doa, kasih sayang, dan kepercayaan. Terima kasih atas segalanya. Aku ingin selalu membahagiakan kalian, semoga kalian bahagia dan sejahtera di dunia dan akhirat. Amin.....
3. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku Ketua Sidang dan Ketua Bidang Studi Marketing Communication & Advertising Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Ponco Budisulistio, S.Sos. M.Comn, selaku Penguji Ahli Sidang Skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang sudah memberikan banyak ilmu kepada penulis seperti ini.
7. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Khususnya Pak Syam dan yang tidak dapat disebut satu per satu.
8. Bapak Gurit selaku Ketua RW. 09 Karang Tengah Ciledug terima kasih atas izinnya melakukan penelitian di wilayah lingkungan warga RW.09.
9. Terima kasih untuk seluruh responden (warga RW. 09 Karang Tengah Ciledug).
10. Buat istri saya tercinta Trijuni Hariesma yang sudah menemani saya dalam senang maupun susah dalam mengerjakan dan mendukung skripsi ini.
11. Buat Brother Robby Nygraha (Obby), Agung, Opi Librata dll, Thanks atas bantuan dan saramn / kritik yang sangat berarti untuk skripsi ini.
12. Kepada seluruh teman-teman Mahasiswa/wi Marketing Communication & Advertising UMB angkatan 2004 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, Tetap semangat Brooo...*Lanjutkan perjuangan demi masa depan...thanks you...!!!!*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak kekurangannya, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulis di masa depan.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, terutama bagi mahasiswa-mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, 27 Juli 2011

Ali Fikri



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi	11
2.2. Periklanan dan Iklan	13
2.2.1. Tujuan Iklan	16
2.3. Efek Komunikasi	18
2.3.1. Efek Kognitif	18

2.3.2.	Efek Afektif	19
2.3.3.	Efek Behavioral	19
2.3.4.	Efek Periklanan	20
2.4.	Televisi Sebagai Media Periklanan	23
2.4.1.	Unsur-unsur Iklan	26
2.4.2.	Elemen-elemen Iklan TV	27
2.5.	Khalayak	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Tipe Penelitian	30
3.2.	Metode Penelitian	31
3.3.	Populasi dan Sampel	31
3.3.1.	Populasi	31
3.3.2.	Sampel	32
3.4.	Definisi dan Operasionalisasi Konsep	34
3.4.1.	Definisi Konsep	34
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep	35
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.1.	Data Primer	37
3.5.2.	Data Sekunder	37
3.6.	Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Sejarah Singkat Axis	42
------	----------------------------	----

4.2.	Hasil Penelitian	45
4.2.1.	Identitas Responden	47
4.2.2.	Terpaan Iklan Axis Versi Kartun	51
4.2.3.	Kesadaran Responden Terhadap Iklan Axis Versi Kartun di Televisi (Kognitif)	54
4.2.4.	Pengetahuan Responden Terhadap Iklan Axis Versi Kartun di Televisi (Kognitif)	60
4.3.	Akumulasi Kesadaran	69
4.3.1.	Akumulasi Pengetahuan	70
4.3.2.	Akumulasi Keseluruhan	71
4.4.	Analisis dan Pembahasan	71
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	76
5.2.	Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

NO. TABEL		Halaman
Tabel 4.1	Usia Responden	48
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.3	Tingkat Pekerjaan Responden	50
Tabel 4.4	Tingkat Pendidikan Responden	51
Tabel 4.5.	Frekuensi Melihat Iklan Televisi	52
Tabel 4.6	Durasi Melihat Iklan Televisi	53
Tabel 4.7	Intensitas Melihat Iklan	54
Tabel 4.8	Kesadaran Terhadap Alur Cerita	55
Tabel 4.9.	Kesadaran Terhadap Isi Pesan	56
Tabel 4.10	Kesadaran Terhadap <i>Endoser</i> / Model Iklan	57
Tabel 4.11	Kesadaran Terhadap Slogan	58
Tabel 4.12	Kesadaran Terhadap <i>Jingle</i> / Lagu	59
Tabel 4.13	Kesadaran Terhadap Logo	60
Tabel 4.14	Kesadaran Terhadap Produk	61
Tabel 4.15	Pengetahuan Terhadap Alur Cerita	62
Tabel 4.16	Pengetahuan Terhadap Isi Pesan	63
Tabel 4.17	Pengetahuan Terhadap Model / <i>Endoser</i>	64
Tabel 4.18	Pengetahuan Terhadap Slogan	65
Tabel 4.19	Pengetahuan Terhadap Segmen Pasar	66
Tabel 4.20	Pengetahuan Terhadap Lagu / <i>Jingle</i>	67

Tabel 4.21	Pengetahuan Terhadap Logo	68
Tabel 4.22	Pengetahuan Terhadap Produk	69
Tabel 4.23	Akumulasi Kesadaran	70
Tabel 4.24	Akumulasi Pengetahuan	71
Tabel 4.25	Akumulasi Keseluruhan	72



UNIVERSITAS
MERCU BUANA