



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI MARCOMM AND AVERTISING**

ABSTRAKSI

Handayani Simbolon (44307010005)

Persepsi Warga Jemaat HKBP Piladelpia Tangerang Terhadap Sule Sebagai Endorser Iklan TV As Telkomsel versi “Negeri Dongeng”.

Biografi : 79 Halaman + V BAB + 7 Lampiran + 31 Tabel + 6 Gambar + 17 Buku (1994-2009) + Modul

Persepsi merupakan aktivitas mengindera, mengintegrasikan dan memberikan penilaian-penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada dilingkungannya. Dewasa ini, iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dalam menyampaikan pesan kepada konsumen memegang peran penting bagi keberhasilan perusahaan.

Pengetahuan mengenai bagaimana konsumen menerima dan menggunakan informasi dari sumber eksternal merupakan hal penting yang perlu diketahui pemasar dalam merancang strategi komunikasinya. Dalam hal ini, pemasar perlu mengetahui: (1) bagaimana konsumen menerima dan merasakan informasi eksternal; (2) bagaimana mereka memilih dan menanggapi berbagai sumber informasi, dan; (3) bagaimana informasi diinterpretasikan dan diberi makna. Proses ini merupakan bagian dari persepsi.

Salah satu cara yang biasa digunakan dalam iklan adalah dengan penggunaan selebritas sebagai endorser iklan, agar penggunaan selebritas sebagai endorser suatu produk dapat berjalan efektif. Endorser adalah seseorang pendukung yang mengantarkan sebuah pesan dan atau memperagakan sebuah produk atau jasa. Endorser dapat berupa para selebriti (bintang TV, aktor/aktris film), dan para orang khusus yaitu non selebriti.

Perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan metode penelitian survei. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi khalayak terhadap endorser pada iklan tv provider. Populasi penelitian ini adalah warga Jemaat HKBP Piladelpia Tangerang. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 60 orang yang dihitung menggunakan rumus Yamane dan pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan penyebaran kuesioner.

Kesimpulan yang di peroleh dari hasil penelitian diketahui bahwa persepsi khalayak terhadap Sule sebagai endorser iklan tv As Telkomsel versi “Negeri Dongeng” adalah positif.