



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

ABSTRAK

Aris Munandar (4430401-070)

Pengetahuan Khalayak terhadap Iklan Handphone Modem Smart versi “Seharga 10 Juta” Pada Media Televisi

xi + 77 hal; 4 gambar; 7 lampiran

Bibliografi: 20 acuan (1995-2009)

Kata Kunci: Pengetahuan; Iklan; Televisi

Telekomunikasi sudah menjadi kebutuhan primer yang sudah dimiliki setiap orang untuk mendukung aktivitasnya dengan pertumbuhan industri yang pesat membuat persaingan mendapatkan konsumen semakin sulit dan dibutuhkan pendekatan maupun teknik yang sesuai untuk dapat menarik konsumen suatu produk membutuhkan perhatian oleh konsumen sehingga produknya dapat aware dan konsumen memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap produknya. Smart telecom dengan produk handphone modemnya dalam iklan handphone modem smart versi “seharga 10 juta” dieksekusi dengan pendekatan humor untuk menarik perhatian dan pengetahuan konsumen, perumusan masalah adalah sejauhmana pengetahuan khalayak terhadap iklan handphone modem smart versi “seharga 10 juta” pada media televisi?.

Yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah masyarakat RW 09 petukangan utara yang berusia 15-24 tahun dimana pada usia tersebut merupakan usia pengguna internet terbesar di Indonesia dengan sampel yang digunakan sebanyak 89 responden.

Pada penelitian ini dalam pembahasannya menggunakan pendekatan teori **S-O-R** dan *hierarchy of effect* model **Lavidge dan Steiner** yang dibatasi hanya pada efek kognitif kerena pada penelitian ini hanya bertujuan mengetahui pengetahuan khalayak terhadap iklan handphone modem smart versi “seharga 10 juta” pada media televisi.

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian survey dimana digunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Pada penelitian ini diperoleh kesimpulan terpaan iklan handphone modem smart tinggi (53,9%), dan pengetahuan terhadap elemen-elemen iklannya tinggi (95,5%) hal tersebut menunjukan eksekusi iklan yang dilakukan berhasil, dengan elemen iklan yang menarik bagi responden yaitu adegan/cerita dari iklan dengan 76,4% jadi kesimpulannya pengetahuan khalayak terhadap iklan handphone modem smart versi “seharga 10 juta” pada media televisi dikategorikan tinggi.