FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

MARKETING COMMUNICATIONS & ADVERTISING

Emelia Karenina (44308120036)

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP IKLAN SUSU NUTRILON VERSI *"LIFE IS AN ADVENTURE"* di Televisi

(Survey terhadap warga masyarakat RW 01. Kelurahan Tebet Timur- Jakarta Selatan) 79 Halaman + 23 Tabel + 2 Bagan + 23 Lampiran)

ABSTRAKSI

Iklan merupakan media yang paling banyak dipakai oleh pemasar dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen. Iklan susu Nutrilon ini sangat menonjol ditinjau dari *voice* (suara) & pesan iklannya yang menggunakan bahasa Inggris. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap iklan susu Nutrilon versi *"life is an adventure"* di Televisi.

Persepsi dipahami sebagai proses yang digunakan individu untuk mengelola dan menafsirkan kesan inderanya dalam rangka memberikan makna kepada lingkungannya.Persepsi berlangsung pada dua tahapan yaitu *attension* / Perhatian, dan interpretasi. Dalam hubungan dengan persepsi terhadap iklan maka elemen-elemen yang menjadi objek pada iklan yang akan diteliti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke warga masyarakat RW.01 Kelurahan Tebet Timur Jakarta Selatan . Teknik rancangan sampling adalah teknik acak terlapis *stratified random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada proses seleksi secara umum masyarakat memberi perhatian terhadap *voice, music, words or seenwords, picture, color* dan *movement* pada iklan susu Nutrilon versi "Life is an adventure" Pada proses interpretasi umumnya masyarakat memahami dan menilai positif iklan susu nutrilon versi *"life is an adventure"*.