

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
JURUSAN ADVERTISING**

ABSTRAKSI

Judul : Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa FIKOM Universitas Mercu Buana Mengenai Iklan Shampo Clear Men Cristiano Ronaldo Versi Total Perlindungan Tiga Masalah Kulit Kepala di Televisi
Nama : Gading Perkasa
Nim : 44307010023

i – v = 92 halaman; 15 Lampiran; 2 Daftar Riwayat Hidup; Bibliografi; 32 Buku (1968 – 2010)

Berbicara tentang iklan di televisi, tentu sangat beraneka ragam produk, baik produk tersebut berupa barang atau jasa yang diiklankan. Salah satu iklan produk yang sering dilihat oleh masyarakat di televisi adalah iklan produk shampo, dan salah satu varian dari jenis shampo antara lain adalah *Clear*. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah iklan shampo Clear Men Cristiano Ronaldo versi Total Perlindungan Tiga Masalah Kulit Kepala di Televisi. Responden peneliti ini adalah mahasiswa FIKOM Universitas Mercu Buana, yang dapat mewakili sampel penulis untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan dan sikap mahasiswa mengenai iklan shampo Clear Men Cristiano Ronaldo versi Total Perlindungan Tiga Masalah Kulit Kepala di Televisi. Berdasarkan dari latar belakang diatas, dirumuskan dalam penelitian yaitu sejauh mana **Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa FIKOM Universitas Mercu Buana Mengenai Iklan Shampo Clear Men Cristiano Ronaldo versi Total Perlindungan Tiga Masalah Kulit Kepala di Televisi.**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif berdasarkan angka-angka dari hasil penelitan setelah diperoleh dari hasil jawaban kuesioner responden.

Dalam keseluruhan akumulasi total, dapat diperoleh keterangan bahwa jumlah tabel akumulasi keseluruhan total menunjukkan angka 6102, yang terletak pada skor 4693-6136, hal tersebut menunjukkan bahwa keseluruhan responden merasa ragu-ragu/netral dalam keseluruhan aspek seperti tingkat pengetahuan dan sikap.

Beberapa hal yang dapat disarankan bagi pengiklan adalah diharapkan agar pengiklan memperhatikan segi kreatif iklan agar dapat menarik perhatian khalayak, serta memperhatikan bagaimana backsound/latar belakang musik yang menarik dalam iklan juga mampu mempengaruhi ketertarikan khalayak terhadap iklan yang telah dibuat.