

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

**ABSTRAKSI**

**Kiki Apriliani**

**Nim : 44307010022**

**“ Respon Protokol RCTI Pada Iklan Provider Axis Versi ”Joni Blak-Blakkan ”.**

**i – v= 101 halaman; 16 Lampiran; 3 Daftar Riwayat Hidup; Bibliografi; 32 Buku (1980 – 2007)**

Periklanan merupakan salah satu cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan memperkenalkan produk atau jasa, dalam berbagai bentuk pesan. Suatu produk yang disampaikan lewat media yang ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling di kenal dan paling banyak dibahas orang-orang, dan iklan televisi adalah merupakan salah satu alternative untuk mempromosikan produk adalah membuat iklan yang menarik dengan menggunakan media beriklan yang semaksimal mungkin, salah satunya adalah pembuatan iklan yang akan ditayangkan pada media televisi. Iklan produk Provider AXIS yang di keluarkan oleh PT AXIS Telekom Indonesia sebagai bahan penelitian, yang merupakan salah satu dari sekian banyak jenis iklan yang ditayangkan di televisi. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauh manakah Respon Protokol RCTI pada iklan TVC Provider Axis versi “Joni blak-bakkan”. dan sedangkan tujuan yang penelitian ini adalah, untuk mengetahui Respon Protokol RCTI pada iklan TVC Provider Axis versi “Joni blak-bakkan“ .

Teori yang digunakan mengacu pada konsep respon yang dikemukakan oleh McGuire, yang membagi proses pembentukan respon melalui kegiatan komunikasi menjadi lima tahap yaitu : *Presentation, Attention, Comprehension, Yielding, dan Behaviour*, Kelima tahap tersebut selanjutnya di kelompokkan menjadi tiga bidang yaitu : *Cognitive Stage, Afektive Stage, dan Behaviour Stage*.

metode yang digunakan adalah metode survey. Metode survey adalah metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Sifat atau tipe penelitiannya adalah deskriptif. Adapun pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. Teknik penarikan sample dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* (sample random), dengan menggunakan acak sederhana.

Inti dari hasil penelitian adalah pada setiap instrument-instrumen pertanyaan yang akhirnya di peroleh hasil sebagian besar responden dari Protokol, tahap kognitif dan afektif secara keseluruhan yaitu bahwa responden yang dipresentasikan atau diperlihatkan (*presentation*), memperhatikan (*attention*), dan memahami (*comprehension*) dan tahap penilaian (*yielding*) unsur-unsur yang terdapat dalam AXIS versi “Joni Blak-Blakkan” yang ditayangkan di televisi, dikategorikan tinggi/positif, karena hasil responden sudah mendekati keadaan yang sebenarnya pada iklan tersebut.