

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

Nama : SUMINARSIH
Nim : 44108120039
Judul : OPINI MAHASISWA MANAJEMEN INFORMATIKA BINA SARANA INFORMATIKA (AMIK BSI) TERHADAP TAYANGAN IKLAN BSI VERSI BARACK OBAMA MELALUI MEDIA TELEVISI (Survey Terhadap Mahasiswa Angkatan Tahun 2009 Jurusan Manajemen Informatika BSI Cengkareng-Jakarta Barat)
Tabel : 32

ABSTRAK

Perkembangan media informasi, khususnya televisi, membuat dunia semakin hari semakin dekat saja meski pun arus informasi yang mengalir tersebut akan mempunyai dampak, baik itu positif maupun negatif. Namun, hal tersebut tidak bisa dielakan karena perubahan jaman yang sangat dinamis saat ini. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana respons khalayak terhadap tayangan iklan BSI versi Barack Obama. Khalayak sasarnya ditujukan kepada 83 mahasiswa BSI cengkareng Jakarta Barat. Yang sering menyaksikan Iklan BSI.

Dalam Penelitian ini, peneliti sengaja meneliti iklan, karena peneliti sangat tertarik dengan iklan – iklan yang sering disajikan oleh BSI, karena banyaknya Pro dan Kontra dari berbagai pihak khususnya mahasiswa BSI dalam tayangan iklan BSI versi Barack Obama ini, maka peneliti ingin mencoba meneliti tayangan iklan tersebut. Dengan judul **OPINI MAHASISWA AKADEMI MANAJEMEN INFORMATIKA BINA SARANA INFORMATIKA (AMIK BSI) TERHADAP TAYANGAN IKLAN BSI VERSI BARACK OBAMA MELALUI MEDIA TELEVISI**. (Survey Terhadap Mahasiswa Angkatan Tahun 2009 Jurusan Manajemen Informatika BSI Cengkareng-Jakarta Barat)

Metode Penelitian yang digunakan yaitu sifat deskriptif kuantitatif dengan metode survei, dan tehnik pengambilan sample secara acak. Dimana mahasiswa BSI cengkareng dapat memberikan Opinions terhadap tayangan iklan BSI versi Barack Obama

Hasil peneliti survei dilapangan, diketahui bahwa Opini mahasiswa Akademi Manajemen Informatika Bina Sarana Informatika (AMIK BSI) terhadap tayangan iklan BSI versi Barack Obama melalui Media Televisi Cengkareng Jakarta Barat adalah tinggi. Kesimpulan ini didapat berdasarkan rangkuman hasil penjumlahan data survei yang telah peneliti olah. Kesimpulan dari penelitian ini adalah responden dapat memahami dengan baik dari seluruh tayangan beberapa iklan yang ditayangkan oleh Akademi Bina Sarana Informatika dengan baik, dan hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa mahasiswa selalu memperhatikan tayangan- tayangan iklan oleh Bina Sarana Informatika, karena khalayak selalu diterpa oleh media televisi.