



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

ABSTRAKSI

Hafidz Zulfiansyah (443061-20022)

Persepsi Siswa-Siswi SMPN 139 Jakarta terhadap iklan Fanta versi Animasi “Let them play” di Televisi.

X + 71 Halaman ; 4 lampiran

Bibliografi : 21 buku (th. 1981 – th. 2005) + Internet

Iklan merupakan bentuk penyampaian pesan dari produsen ke konsumen. Bagi pengiklan tentu tidak mudah untuk mendapatkan perhatian dari konsumennya, diperlukan strategi kreatif dalam iklan yang ingin disampaikan juga diperlukan kejelian dalam penempatan media sehingga iklan tersebut bisa sampai kepada konsumennya dengan tepat. Salah satu strategi yang dilakukan iklan Fanta adalah dengan menggunakan eksekusi iklannya dalam bentuk animasi setelah sebelumnya pendekatan yang dilakukan dalam eksekusi iklannya melalui humor, eksekusi dalam bentuk animasi dilakukan untuk penyegaran visual iklan Fanta selain juga saat ini animasi sedang marak digunakan baik dalam iklan maupun film layar lebar.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi siswa-siswi SMPN 139 Jakarta terhadap iklan Fanta versi animasi “let them play” di Televisi, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi siswa-siswi SMPN 139 Jakarta terhadap iklan Fanta tersebut.

Penelitian ini ingin mengetahui persepsi siswa-siswin SMPN 139 Jakarta dari tahap perhatian, penafsiran dan pemahaman. Teori yang digunakan adalah apa yang disampaikan oleh Jalaluddin Rakhmat yang mengatakan proses persepsi terdiri dari attention, interpretation, dan cognition. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, yaitu dengan menggunakan kuesioner sebagai sumber data. Sifat penelitiannya adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tehnik penarikan sampel yang digunakan adalah random acak sederhana. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 90 responden yang sebelumnya telah ditentukan berdasarkan jumlah siswa-siswi SMPN 139 Jakarta.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya siswa-siswi SMPN 139 Jakarta memberikan persepsi positif hal ini terlihat dari hasil yang didapat setelah mengajukan beberapa pertanyaan yang terkait dengan atensi, interpretasi dan kognisi dalam pertanyaan-pertanyaan tersebut.