



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**Agung Chrisnawan (4430401- 008)**

Tingkat Kognitif Khalayak Terhadap Iklan Nexian NX G801 versi Nexian Messenger di Televisi

81 hal + 28 tabel + 14 lampiran + riwayat hidup

Bibliografi : 18 buku (Th 1981 - 2005)

**ABSTRAKSI**

Produk telekomunikasi handphone ( *selluler* ) di Indonesia sudah sangat sangat maju dan berkembang pesat seiring dengan perkembangan jaman. Diimbangi tingginya minat masyarakat terhadap komunikasi jarak jauh yang bergeser kearah kebutuhan primer. Dalam mensiasati ketatnya persaingan bisnis telekomunikasi handphone ( *seluller* ).Iklan Nexian NX G801 versi Nexian Messenger yang ditayangkan pada media televisi tentunya diharapkan akan menambah kesadaran dan pengetahuan, dan dari kesadaran dan pengetahuan tersebut diharapkan dapat membentuk suatu pemahaman bagi para pemirsanya. Apapun pemahaman pemirsa televisi, maka itulah gambaran dari sebuah proses komunikasi. Sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini maka tujuan dari penulisan laporan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana tingkat kognitif khalayak terhadap iklan Nexian NX G801 versi Nexian Messenger di televisi.

Teori yang digunakan adalah teori ” Tingkatan Proses Komunikasi Periklanan” model Robert J. Lavidge dan Gery Steiner terjemahan dalam terjemahan buku Rhenald Kasali ( *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasi di Indonesia* ). Pada penelitian ini penulis hanya mengarahkan pada tahap kognitif saja, yang mencakup tahap awerenesss ( sadar kenal ) dan *knowledge* ( pengetahuan ) individu. Pengetahuan terjadi pada tahap kognitif, dimana sebelumnya khalayak harus melalui tahap sadar kenal atau *awareness* terlebih dahulu.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan metode survei. Populasi penelitian ini adalah warga Arinda 2 RW 07 Pondok Aren Tangerang Selatan yang berusia antara 15-30 tahun dengan jumlah sampel 93 orang dari total populasi 1319 orang menggunakan tehnik purposive sampling

Hasil penelitian ini adalah warga Arinda 2 RW 07 Pondok Aren Tangerang Selatan yang berusia antara 15-30 tahun menunjukkan bahwa tingkat kognitif khalayak terhadap iklan Nexian NX G801 versi Nexian Messenger di televisi tinggi yakni dengan akumulasi keseluruhan tingkat kognitif sebesar 87.10%. Hal ini disebabkan karena pada dimensi kesadaran terhadap Iklan Nexian NX G801 diperoleh nilai 71% atau 66 responden, dimensi pengetahuan sebesar 87.10% atau 81 responden.