

ABSTRAKSI

Daniel Mendoza (44305010009)

Respon Kognitif Mahasiswa Universitas Sahid Terhadap Iklan MTV Staying Alive 2009 Pada Media Flyer

(xii + 96) Halaman ; 31 tabel ; 3 gambar ; lampiran

Bibliografi : 22 Referensi (1980 – 2007)

Iklan MTV Staying Alive 2009 “Resound The Message” adalah iklan yang memberikan informasi mengenai suatu bentuk acara musik yang diperuntukkan bagi anak muda untuk menyampaikan suatu pesan yaitu untuk penanganan ODHA (orang dengan HIV/AIDS) dan pencegahan penyebaran HIV/AIDS. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui respon kognitif (perhatian, pemahaman, pengetahuan) khalayak khususnya Mahasiswa Universitas Sahid terhadap tampilan dari iklan MTV Staying Alive 2009 pada media flyer.

Teori yang digunakan adalah S-O-R dan mengacu pada konsep respon kognitif yang mencakup awareness (kesadaran) dan knowledge (pengetahuan). Dalam model komunikasi ini efek merupakan reaksi tertentu terhadap stimulus (rangsang) tertentu, sehingga orang dapat menduga atau memperkirakan adanya hubungan erat antara elemen-elemen utama, seperti sebuah pesan pernyataan (stimulus), komunikan (organisme) dan efek (response). Respon khalayak pada tahap kognitif adalah tanggapan, reaksi atau jawaban yang diberikan responden pada tahap pengetahuan, kesadaran serta pembelajaran dari apa yang dilihat. Sebagai proses interpretasi yang saling berkaitan, perhatian dan pemahaman melayani fungsi dasar sistem kognitif yang sama untuk membangun interpretasi atau arti personal yang subyektif yang membuat lingkungan dan perilaku seseorang menjadi berarti.