

**Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Periklanan
Universitas Mercu Buana**

EKA ATIK WIJAYA (03302-012)
PERSEPSI KHALAYAK PERUMAHAN DASANA INDAH TERHADAP
ARIEL SEBAGAI ENDORSER IKLAN SHAMPOO SUNSILK
X + 70 halaman; 17 Tabel, Lampiran
Bibliografi: 19 buku, 1 Internet

Iklan (*advertising*) bukan suatu hal yang sederhana dan mudah. Salah satu caranya dengan menggunakan daya tarik endorser. Endorser yang bertahun-tahun lamanya sangat langka. Ariel merupakan salah satu endorser dalam iklan shampoo sunsilk bagi PT. Unilever Indonesia Tbk. Berdasarkan latar belakang, pokok permasalahan, adalah Bagaimana Persepsi Khalayak Perumahan Dasana Indah Terhadap Ariel Peterpan Sebagai Endorser Iklan Shampoo Sunsilk.

Penelitian ini memakai pemikiran Michael R. Solomon yaitu stimuli, indera, penerima, perhatian, intepretasi, persepsi.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, menggunakan pendekatan kuantitatif, metode penelitiannya adalah survey. Dan populasi pada penelitian ini adalah Khalayak perumahan dasana indah Rt 07 Rw 08 bonang – tangerang, dengan jumlah 75 responden.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah pada kredibilitas endorser, responden menganggap kredibilitas Ariel sebagai endorser iklan shampoo sunsilk cukup baik. Pada kecocokan dengan merek, responden menganggap kecocokan Ariel dengan merek cukup baik yang berarti Ariel cocok menjadi endorser iklan shampoo sunsilk. Maka persepsi khalayak Perumahan Dasana Indah Terhadap Ariel Sebagai Endorser Shampoo Sunsilk, cukup baik.