

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PERIKLANAN**

Akhmad Lutfi (04398-007)

Tingkat Pengetahuan Khalayak terhadap Iklan BNI Card versi “Kartu Meluncur Terbang” pada Media Televisi Komersial.

ix-60 halaman : 25 tabel,

Bibliografi : 19 Acuan (1968-2005)

ABSTRAKSI

BNI Card merupakan produk inovasi dari PT. Bank Negara Indonesia. BNI Card mulai menerobos pasar kartu kredit. Berbagai macam promosi dilakukan mulai dari radio comm, POS Material dan TV Komersial digunakan untuk mendongkrak popularitas produk. peneliti tertarik pada TV Komersial sebagai media beriklan karena media TV Komersial merupakan salah satu media pandang dengar (*audio visual*) yang paling kuat dalam mempengaruhi khalayaknya. Penayangan iklan pada televisi dapat dikatakan efektif dan efisien karena dapat menjangkau khalayak secara luas. Berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat pengetahuan khalayak terhadap iklan BNI Card versi Kartu Meluncur Terbang pada media televisi komersil.

Teori ini digunakan untuk membahas pengetahuan khalayak yaitu *Hieracy Effect* dan DAGMAR pada tahapan kognitif dan pendekatan formula Lasswell yaitu *who, says, what, in which channel, to whom, with what effect*. Efek komunikasi mengacu pada tingkat pengetahuan ROGERS yaitu tingkat pengetahuan sadar kenal, tingkat pengetahuan teknis dan tingkat pengetahuan prinsip.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, sedangkan metode penelitian survai. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Sampel diambil sebanyak 93 responden didapat berdasarkan rumus Table Taro Yamane dari populasi 1359 responden.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa tingkat pengetahuan khalayak terhadap iklan BNI Card versi Kartu Meluncur Terbang termasuk dalam kategori tinggi. Dalam hal ini meliputi tingkat pengetahuan sadar kenal, tingkat pengetahuan teknis dan tingkat pengetahuan prinsip.