

ABSTRAKSI

Husnul Fariz

Nim : 04399-025

Jurusan : Periklanan

Judul : Tingkat Pengetahuan warga perumahan villa tolong Mas Rw 11 Duri Kepa terhadap iklan layanan masyarakat pemilu 2004 (versi pemilihan presiden dan tata cara pencoblosannya pada media Televisi) x + 70 halaman + lampiran 24 + bibliografi 16 (1986-2004)

Pemilu dilakukan 5 tahun sekali untuk memilih wakil-wakil rakyat. Maka dari itu dilakukan cara-cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang salah satunya dengan cara beriklan melalui media televisi yang berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas untuk kepentingan non komersial yang disebut dengan Iklan Layanan Masyarakat Pemilu 2004 versi pemilihan presiden agar masyarakat lebih memahami dan mengetahui pemilu dengan sistem pemilihan yang baru.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tahap kognitif mencakup tahap knowledge (pengetahuan) dengan menggunakan konsep hierarchy of effect, yaitu dimana khalayak-khalayak hanya melalui tahap sadar dan kenal atau awareness lebih dahulu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey diharapkan dapat terkumpul data (secara kuantitatif) mengenai tingkat pengetahuan masyarakat terhadap iklan layanan masyarakat pemilihan presiden mengenai unsur-unsur yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat pemilu 2004. Dengan menggunakan rumus yamane dalam mengambil jumlah sampel masyarakat.

Dari hasil penelitian, diperoleh sebanyak 52 responden (78,9%) mengetahui iklan layanan masyarakat pemilihan presiden 2004 dan masuk kedalam kategori tingkat pengetahuan tinggi. Agar iklan layanan masyarakat pemilihan presiden yang akan datang disesuaikan lebih cepat dan jelas agar tidak membingungkan khalayak.