

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication
Zetta Zerlinda
44309120025

Persepsi Khalayak Mengenai Iklan Pengobatan Alternatif Ki Kusumo Versi Yin Yang
(Survey Terhadap Masyarakat Utan Kayu RT 01 RW 07 pada bulan Oktober 2014)
Jumlah halaman: iv + 88 halaman + 10 lampiran
Bibliografi: 20 acuan, Tahun 1996 – 2013

ABSTRAK

Pengobatan alternatif saat ini masih menjadi pilihan bagi masyarakat terutama masyarakat kelas menengah dan kelas bawah. Persepsi yang masih ada di benak mereka adalah ekonomis dan praktis. Pengobatan alternatif di zaman sekarang sudah mulai merambah ke dunia periklanan untuk mempromosikan jasa mereka.

Penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui persepsi khalayak setelah melihat iklan pengobatan alternatif versi Yin Yang oleh Ki Kusumo yang ditayangkan waktu lalu di stasiun televisi. Iklan ini menayangkan mengenai informasi sumber penyakit, cara penyembuhan serta beberapa kesaksian par artis komedi terkenal sebagai model iklan pengobatan alternatif Ki Kusumo. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini membahas persepsi khalayak mengenai iklan Ki Kusumo versi Yin Yang, yang mengupas beberapa point mulai dari identitas responden, stimulus yang terjadi pada responden, atensi yang didapatkan, interpretasi atau pemahaman dari isi dan atau atribut – atribut yang ada pada iklan Ki Kusumo versi Yin Yang sampai dengan kognisi responden.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi khalayak RT 01 RW 07 Utan Kayu dengan kriteria berusia matang dan berprofesi sebagai wiraswasta dan ibu rumah tangga adalah positif mengenai iklan pengobatan alternatif Ki Kusumo, mereka memiliki awareness yang cukup tinggi dan bahkan berminat untuk menggunakan jasa pengobatan alternatif tersebut di kemudian hari.