

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## Persepsi Khalayak Terhadap Iklan Pureit Unilever Di Televisi.

Yolanda Dwi Tama

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74055&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Hidup sehat merupakan tujuan setiap orang. Menjaga tubuh agar tetap fit dan terhindar dari penyakit, tentu harus didukung dengan lingkungan yang terjaga dan pola konsumsi yang baik. Ada banyak produsen yang menghadirkan berbagai macam produk untuk menunjang hidup agar lebih sehat dan baik. Salah satunya produk penyaring air Pureit dari Unilever yang menyuguhkan air layak konsumsi tanpa dimasak.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana persepsi khalayak terhadap iklan Pureit Unilever di televisi dan bagaimana pesan pada iklan tersebut mempengaruhi masyarakat.

Penelitian ini menggunakan teori Kognitif dan teori pendukung Category Social serta teori periklanan A-T-R (Awaranes, Trial, Reinforcement) untuk melihat bagaimana iklan dapat mempengaruhi kognitif khalayak. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif serta pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan angket.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi khalayak terhadap iklan Pureit Unilever di televisi berada pada kategori Tinggi. Ini ditunjukkan dari total hasil Variabel X yaitu, 14.808.

Hasil data kategorisasi item jawaban pun menunjukkan data dominan positif, yaitu berjumlah 153. Hasil tersebut menjelaskan jika persepsi Ibu-Ibu RW 010 Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara positif terhadap iklan Pureit Unilever.