

Persepsi terhadap terpaan iklan televisi (studi pada iklan televisi Pond's Flawless white versi Rianti Cartwright pada mahasiswi Universitas Lampung)

Dwi Murti Esti Rahayu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20289852&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas bagaimana persepsi terpaan iklan televisi sebagai salah satu media promosi produk Pond's Flawless White yang ditayangkan oleh Unilever Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan satu variabel yakni terpaan iklan. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan mahasiswi Universitas Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan iklan memiliki persepsi yang baik atas kegiatan pemasaran Pond's Flawless White. Namun demikian peneliti menyarankan agar komunikasi pemasaran melalui iklan televisi ini dapat terus dilakukan dengan tema yang lebih kreatif dan bintang iklan yang berimage baik dan representatif agar produk Pond's Flawless White dapat terus berada dalam benak konsumen.

.....This research examines how much perception exposure to advertisement as one of the media promotion of products Pond's Flawless White served by Unilever Indonesia of the Unilever brand. This study uses a quantitative approach with the aim of explaining the one variable is exposure to advertisement. The data in this study were obtained through questionnaires to the respondents who are students of Lampung University. The results showed that the charge on advertising has a significant perception on audiences. However, researchers suggest that marketing communication through television advertising can be continued with a more creative themes and commercials are good and representative image about product brand Pond's Flawless White can be sustain on their mind. The writer would suggest to PT Unilever Indonesia to keep always innovative and develop the product.