

Pengaruh terpaan iklan susu formula di televisi terhadap persepsi ibu tentang kecerdasan anak (studi dengan analisa kultivasi pada ibu orangtua murid sekolah alam Cikeas, Cibubur) = The influence of grown up milk advertising exposure on television to mother s perception about children intelegence (study analysis with cultivation theory at Sekolah Alam Cikeas, Cibubur) / Rahman Asri

Rahman Asri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20414293&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas tentang pengaruh terpaan iklan susu formula di televisi terhadap persepsi ibu tentang kecerdasan anak. Berlandaskan paradigma positivis, penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh terpaan iklan susu formula terhadap ibu yang menjadi target sarannya dan Apakah ada hubungan antara terpaan iklan susu formula di televisi mempengaruhi persepsi ibu berkaitan dengan kecerdasan anak. Dengan menggunakan analisa Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa (Dependency Model Mass Communication Effects), Teori Kultivasi (Cultivation Theory) dan Teori Persepsi (Perception Theory) peneliti berusaha menjelaskan bagaimana persepsi ibu-ibu tentang kecerdasan anak dipengaruhi terpaan tayangan iklan susu formula di media televisi. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan ada korelasi antara terpaan iklan susu formula yang ditayangkan di media televsi dengan persepsi ibu tentang kecerdasan anak. Peneliti merekomendasikan agar penelitian ini bisa terus dikembangkan dengan melihat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi.

ABSTRACT

This thesis studies about grown up milk advertising influences to mother's perception about their kids intelligence. Based on positivist paradigm, this research aims to proved what grown up milk advertising influences to mother's perception about their kids intelligence effective. Use Dependency Model Mass Communication Effects, Cultivation Theory and Perception Theory, the researcher want to explain how the perception about kids intelligence influences by exposure grown up milk advertsing on television. The result of this research shows there are correlation between exposure grown up milk advertising on television with mother perception about their kids intelligence. The researcher recommends that this research still can be developed by looking at other factors that influence