

ABSTRAK

PERSEPSI ORANG TUA PADA IKLAN PEPSODENT AYAH ADI DAN DIKA TENTANG MEMBIASAKAN MENYIKAT GIGI (STUDI PADA WARGA PERUMAHAN TAMAN GUNTER 2, KELURAHAN SUMBERREJO, KEMILING, BANDAR LAMPUNG)

Oleh

NINDYA WULANDARI

Persepsi menentukan kita dalam memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain, karena semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, maka semakin mudah dan juga akan semakin sering mereka berkomunikasi, Dalam hal ini, objek yang dipersepsi adalah iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika. Pada iklan tersebut, berisi pesan yang bersifat memotivasi dan memberi ide untuk para orang tua yang memiliki anak kecil guna mengajarkan dan membiasakan anaknya menyikat gigi. Kenyataannya, tidak semua orang tua sadar akan pesan dari iklan tersebut. Karena apabila dipahami, pesan pada iklan tersebut secara tidak langsung memberikan solusi kepada orang tua dalam membiasakan anak menyikat gigi.

Adapun yang jadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah: bagaimana persepsi orang tua pada iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika tentang membiasakan menyikat gigi?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi orang tua pada iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika tentang membiasakan menyikat gigi dan tentang kegiatan menyikat gigi, setelah menonton iklan Iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika. Sedangkan, tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif melalui pendekatan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan studi pustaka, kemudian data tersebut diolah lalu diinterpretasikan serta ditafsirkan sesuai dengan fokus kajian yang telah ditetapkan sebagai kesimpulan akhir.

Dari hasil penelitian dan pembahasan, menunjukkan bahwa persepsi yang timbul dari para informan merupakan persepsi yang positif. Iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika dinilai oleh para informan bahwa iklan tersebut bagus, menarik, lucu, kreatif dan juga inovatif. Para orang tua yang dijadikan informan pun sudah adanya kesadaran dalam mengajarkan anaknya menyikat gigi sedari dini. Baik sebelum atau sesudah adanya iklan tersebut. Iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika dijadikan mereka acuan untuk mengajarkan anak menyikat gigi dengan cara

yang lebih santai, mengajak main, sehingga anak-anak tidak bosan menyikat gigi setiap hari. Dari beberapa fungsi iklan yang ada, iklan ini juga memiliki fungsi lainnya yaitu bukan hanya menghibur tetapi juga dapat mendidik khalayak. Iklan tersebut dikatakan mendidik karena pesan yang ada pada iklan tersebut memberi ide pada orang tua dalam mengajarkan anaknya menyikat gigi.