

## ABSTRAK

Nama/Nim : Hedy Anggita/2010-51-006

Judul : Efektivitas Komunikasi Iklan Televisi Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo Terhadap Tingkat Pemahaman Anak-Anak Tunarungu Sekolah Luar Biasa *Pangudi Luhur* Kembangan Jakarta Barat

Jumlah Halaman : 143 ; 52 tabel ; 1 bagan ; 8 lampiran

Kata Kunci : Efektivitas, Komunikasi Nonverbal, Pemahaman

Daftar Pustaka : 38 Judul 1996 – 2013, 7 Sumber Lain

Penelitian ini dimaksudkan sebagai syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi Universitas Esa Unggul dan sebagai tambahan ilmu pengetahuan yakni dengan judul efektivitas komunikasi iklan televisi Oreo versi pilih Handphone atau Oreo terhadap tingkat pemahaman anak-anak tunarungu sekolah luar biasa Pangudi Luhur Kembangan Jakarta Barat.

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan gerak tubuh baik itu isyarat atau mimik muka. Sedangkan efektivitas adalah suatu kemampuan untuk menentukan yang tepat dan pemahaman adalah penerimaan pesan dengan mengerti maksud dari pesan itu.

Penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil yang kuat antara efektivitas komunikasi dengan pemahaman anak-anak tunarungu. Jadi seberapa efektifkah gerak nonverbal pada iklan bagi pemahaman anak-anak tunarungu.