

ABSTRAK

Nama / NIM : Rizki Hidayatullah / 2004-51-080
Judul : Efek Iklan TVC New Honda Absolute Revo Terhadap
Mahasiswa Fikom Esa Unggul Angkatan 2007-2010
Jumlah Halaman : 51 Halaman
Kata Kunci : Tingkat Perhatian, Pemahaman
Daftar Pustaka : 33 Buku

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat perhatian dan pemahaman iklan TVC New Honda Absolute Revo terhadap mahasiswa Fikom Esa Unggul angkatan 2007-2010. Skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan tujuan deskriptif dan survei sebagai alat pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada sample dari populasi yang disesuaikan dengan masalah pokok penelitian. Hasil penelitian menunjukkan tingkat perhatian yang dimiliki mahasiswa Fikom Esa Unggul cenderung tinggi, yaitu sebanyak 50.84 %, tingkat pemahaman yang dimiliki mahasiswa berada pada tingkatan sedang, yaitu sebesar 52.5 %.