

**STUDI PERBANDINGAN KOMPARATIF PADA TVC DAN WEB SERIES
IKLAN TROPICANA SLIM STEVIA VERSI “SORE”**

Rezki Mulyani Dwi Putri

1204130032

ABSTRAK

Periklanan merupakan salah satu cara yang efektif dalam melakukan komunikasi pemasaran. Dalam iklan yang baik terdapat sebuah konsep yang kreatif dimana sebuah gagasan besar yang membuat pesannya menjadi berbeda, merebut perhatian dan mudah diingat. Iklan akan dipersepsi oleh alam pikiran melalui beberapa tahap, bagaimana sebuah iklan berusaha menarik perhatian *audience*, hingga sebuah iklan mampu diingat dengan baik oleh *audience*. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah perbedaan persepsi *audience* ketika melihat sebuah iklan yang sama, namun untuk penyajiannya iklan ini disajikan didalam dua platform yang berbeda yaitu TV *Commercial* (TVC) dan Youtube. Dalam mencapai tujuan penelitian penulis menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan persepsi selektif Belch dan Belch berdasarkan empat tahap proses persepsi antara lain: terpaan, perhatian, pemahaman dan ingatan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa, persepsi *audience* terhadap pemeran iklan, urutan adegan, latar belakang iklan serta penggunaan suara maupun musik dalam iklan tidak menunjukkan perbedaan tingkat persepsi *audience*.

Kata kunci: Iklan, Persepsi, TVC, Youtube.