

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan khalayak pria dewasa pembaca majalah FHM terhadap iklan Sampoerna A Mild Others Can Only Follow yang terdapat pada majalah FHM di bulan Desember 2007-Ferbruary 2008.

Reception Analisis atau analisis penerimaan di gunakan sebagai acuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerimaan para khalayak pria dewasa pembaca majalah pria FHM terhadap iklan Sampoerna A Mild Others Can Only Follow yang terdapat pada majalah tersebut.

Metodologi penelitian yang di gunakan adalah kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. In-depth Interview atau wawancara mendalam digunakan sebagai cara untuk mengumpulkan data. Unit analisis dalam penelitian ini adalah jawaban atau narasi-narasi dari para informan berdasarkan persepsi mereka terhadap iklan Sampoerna A Mild Others Can Only Follow.

A Mild Others Can Only Follow. Dengan menggunakan wawancara mendalam diharapkan, peneliti akan menemukan data-data yang lebih lengkap, mengenai penerimaan, pendapat, dan persepsi para pria dewasa yang menjadi informan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat 3 informan yang berbeda. Perbedaan tersebut mencakup budaya, jenis pekerjaan, dan bagaimana mereka bersosialisasi.

Hasil dari penelitian ini adalah persepsi dari para informan terhadap iklan Sampoerna A Mild Others Can Only Follow. Budaya memiliki pengaruh yang cukup untuk mempengaruhi persepsi khalayak yang melihatnya. Selain itu penggunaan karakter-karakter dalam gambar iklan seperti tulisan, type, warna, gambar dan pemilihan media masaa yang di gunakan juga dapat mempengaruhi persepsi para informan terhadap iklan.

