

Hubungan Persepsi Masyarakat Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Tentang Flu Burung Melalui Media Televisi Dengan Tingkat Pemahaman Isi Pesan (Studi Pada Ibu-ibu RW 01 Kelurahan Kalipancur Semarang)

Ratih Indraswari -- E2A003054
(2007 - Skripsi)

Angka kejadian flu burung semakin meningkat. Pemerintah sendiri telah menyosialisasikan upaya-upaya pencegahannya dan penyebaran informasilah yang menjadi faktor kunci. Media audiovisual seperti televisi menjadi pilihan karena lebih efektif dalam penyampaian pesan. Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda. Dampak yang ditimbulkan pun juga beraneka macam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan persepsi masyarakat terhadap iklan layanan masyarakat tentang flu burung melalui media televisi dengan tingkat pemahaman isi pesan pada ibu-ibu di RW 01 Kelurahan Kalipancur Semarang.

Jenis penelitian ini adalah explanatory research dengan metode survey dan pendekatan cross sectional. Sampel penelitian adalah ibu-ibu di RW 01 Kelurahan Kalipancur Semarang yang pernah menonton iklan layanan masyarakat tentang flu burung dan dihitung dengan rumus minimal sample size hingga diperoleh sampel sebesar 83 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara univariat dengan distribusi frekuensi dan analisis bivariat dengan tabulasi silang dan analisis hubungan dengan menggunakan uji chi-square. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan antara persepsi masyarakat terhadap iklan layanan masyarakat tentang flu burung melalui media televisi dengan tingkat pemahaman isi pesan ($P_{value}=0,52>0,05$) pada ibu-ibu di RW 01 Kelurahan Kalipancur Semarang. Bagi penelitian selanjutnya yang terkait, disarankan untuk lebih menekankan pada faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemahaman isi pesan. Selain itu, dalam memberikan pertanyaan mengenai pemahaman isi pesan hendaknya peneliti tidak memberikan pilihan jawaban kepada responden.

Kata Kunci: persepsi, iklan flu burung, media televisi, pemahaman

Relation Between Public's Perception of Social Advertisement About Avian Influenza Through Television Media With Message Understanding Level (Study To Adult Women in RW 01 Kelurahan Kalipancur Semarang)

Avian influenza's rate is increasing. The government itself has been socialize the prevention's effort and the key factor of this efforts is spread of information. Audiovisual media such as television become the main choice because television is delivering message more effectively. Herewith the process of delivering message to audience, the point of message will be interpreted differently one another. The research target is to know the relation between public's perception of social advertisement about avian influenza through television media with the messages understanding level of adult women in RW 01 Kelurahan Kalipancur Semarang.

This research type is explanatory research with the survey method and cross sectional approach, The research sample is adult women in RW 01 Kelurahan Kalipancur Semarang who have seen social advertisement about avian influenza and calculated with the sample size minimum formula still obtain sample equal to 83 respondents. Technique of intake sample by purposive sampling. From collectable data then they are analyzed by univariate with the frequency distribution and analyse by bivariate tabulation traverse and analyzed by using chi square. The result research show there is no relation between public's perception of social advertisement about avian influenza through television media with the messages understanding level ($P_{value}=0,52>0,05$) to adult women in RW 01 Kelurahan Kalipancur Semarang. For the next connected research is suggested to see the influence factors of messages understanding. Beside, the interviewer better be did not give the answer choice to respondent on question about messages understanding.

Keyword: *perception, advertisement, avian influenza, television, understanding.*