

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi atau menggali lebih dalam tentang iklan Pond's Flawless White versi Bunga Citra Lestari berdasarkan persepsi pemirsa televisi di Surabaya. Teori dalam penelitian ini menggunakan teori elemen atau stimulus iklan menurut J.R.Rossiter dan L.Percy, yang terdiri dari *heard words and sound effects, music, seen words, picture, color, dan movement*.

Jenis penelitian yang digunakan bersifat eksploratori dengan kategori *experience survey*. Variabel yang digunakan adalah iklan. Target populasi yang digunakan para pengguna produk Pond's di Surabaya dan yang menjadi karakteristik populasi adalah: (1) Responden wanita yang berdomilisi di Surabaya; (2) Pengguna produk Pond's; (3) Melihat dan mengamati iklan *pond's flawless white* dari episode pertama sampai ketiga, minimal 3 kali setiap episodenya dalam 6 bulan terakhir. Sampel yang digunakan sebanyak 8 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Judgement Sampling*. Instrumen pengambilan data yang digunakan adalah panduan wawancara *in depth interview*, dimana jalannya wawancara akan direkam menggunakan *mp3* (perekam suara). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif dengan langkah yaitu melakukan *open coding, axial coding, dan selective coding*.

Dari hasil analisis telah ditemukan persepsi yang positif terhadap elemen *heard words and sound effects, Seen words, picture, color, dan movement*. Sedangkan untuk elemen *music* mendapatkan persepsi yang kurang baik.

Kata Kunci: Iklan