

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Ade Putra**

**Jurusan : Ilmu Komunikasi**

**Judul : Efektifitas Penayangan Iklan Bahaya Campak dan Rubella Terhadap Pentingnya Imunisasi Anak Pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru**

Imunisasi merupakan sebuah program pemerintah untuk menanggulangi bahaya penyakit campak dan rubella pada anak. Campak dan rubella merupakan penyakit yang sangat berbahaya, untuk itu imunisasi merupakan salah satu cara untuk menanggulangi penyebaran penyakit tersebut. Pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat melalui penayangan iklan di televisi. Berdasarkan hal ini peneliti ingin melihat seberapa efektif iklan layanan masyarakat tentang bahaya campak dan rubella. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data atau informasi dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam metode deskriptif kualitatif, data primer diperoleh dari informan ataupun subjek penelitian melalui wawancara. Informan utama dalam penelitian ini adalah ibu-ibu yang mempunyai anak pada lingkungan kelurahan Tuah Karya Kota Pekanbaru. Data sekunder diperoleh dari buku – buku, file – file ataupun data yang didapat bukan dari sumber utama akan tetapi berkaitan dengan kajian penelitian. Ditambah dengan observasi yang dilakukan terhadap objek penelitian. Tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk mengetahui apakah iklan layanan masyarakat tentang imunisasi campak dan rubella pada anak telah efektif dilakukan secara menyeluruh. Hasil penelitian dapat disimpulkan berdasarkan teori yang digunakan untuk menentukan efektifitas iklan sesuai dengan teori faced off effect model yang terdiri dari persepsi, merasakan, memahami, koneksi, keyakinan, tindakan. Dimana iklan yang telah ditayangkan berdampak berupa pengertian dari penayangan iklan sehingga dirasakan oleh subjek yang menonton iklan.

**Kata Kunci : Efektifitas, Iklan, Faced Off Effect Model**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** :Ade Putra

**Department** :Communication

**Title** :The Effectiveness of Measles and Rubella Danger Advertisement on the Importance of Children Immunization among People in Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru

Immunization is a government program to prevent the dissemination of measles and rubella among children. Measles and rubella are dangerous diseases so that immunization is a way to stop the diseases. The government provides information to people through advertisement on television. Based on this, the researcher wants to study the extent to which the effectiveness of advertisement about the danger of measles and rubella. This research uses descriptive-qualitative method. Data is obtained from interview, observation and documentation. The primary data is collected from informant or the subject of research through interview. the key informants are housewives who have children in the Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. The secondary data is gathered from books, files or data which are not found from the main informants but relevant for this study. Observation is also done in the object of the research. The objective of this research is to know whether the advertisement about rubella and measles immunization is effective. The finding is based on the theory of faced off effective model consisting of perception, feeling, understanding, connection, belief, action. This thesis finds that the advertisement has an impact in the form of understanding from the broadcast so that it is felt by the subject watching the advertisement.

**Keywords** : Effectiveness, Advertisement, Faced Off Effect Model