

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Pengenalan

Setelah angket terkumpul, selanjutnya penulis akan menyajikan data tersebut pada bab III. Untuk mendapatkan data, penulis melakukan penyebaran angket, yang mana dari angket yang telah disebarakan sebanyak 58 eksemplar sesuai dengan jumlah responden. Angket yang disebarakan tersebut merupakan jenis angket tertutup, setiap angket memiliki 24 pertanyaan, dimana setiap pertanyaan memiliki 5 pilihan alternatif jawaban.

Selanjutnya dianalisis dengan metode kuantitatif persentase dengan menggunakan tabel. Setelah disajikan dimana nantinya akan dianalisa sesuai dengan permasalahan bagaimana persepsi masyarakat dusun 3 kelurahan pagaruyung kecamatan tapung terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi dan faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi masyarakat tersebut. Dapat dijabarkan sebagai berikut:

B. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Dari hasil penyebaran angket pada masyarakat dusun 3 kelurahan pagaruyung kecamatan tapung tentang persepsi terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi didapatkan jumlah yang cukup berimbang antara responden berjenis kelamin laki-laki dengan responden

berjenis kelamin perempuan. Responden laki-laki berjumlah 30 orang dan responden perempuan berjumlah 28 orang.

Tabel XIII
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah Jiwa	Persentase
1	Laki-laki	30	51,7 %
2	Perempaun	28	48,3 %
	Jumlah	58	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui, dari 58 orang responden penelitian terdapat 30 atau 51,7% responden berjenis kelamin laki-laki dan 28 atau 48,3% responden berjenis kelamin perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 58 orang responden yang paling tinggi berada pada jenis kelamin laki-laki.

2. Tingkat usia responden

Tabel XIV
Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Tingkat Usia	Jumlah Jiwa	Persentase
1	17-30 tahun	23	39,7 %
2	31-45 tahun	21	36,2 %
3	46-60 tahun	14	24,1 %
	Jumlah	58	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui, dari 58 orang responden penelitian terdapat 23 orang responden atau 39,7% berada pada usia 17-30 tahun, 21 orang responden atau 36,2% berada pada usia 31-45 tahun, dan 14 orang responden atau 24,1% berada pada usia 46-60 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 58 orang responden, usia tertinggi berada pada usia 17-30 tahun.

3. Status Responden

Tabel XV
Jumlah Responden Berdasarkan Status

No	Status	Jumlah Jiwa	Persentase
1	Lajang/Belum Menikah	10	17,2 %
2	Menikah	48	82,8 %
3	Duda	0	0 %
4	Janda	0	0 %
	Jumlah	58	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui, dari 58 orang responden penelitian terdapat 10 orang responden atau 17,2% adalah lajang / belum menikah, 48 orang responden atau 82,8% adalah sudah menikah, 0 orang responden atau 0% adalah duda, dan 0 orang responden atau 0% adalah janda.

C. Persepsi Masyarakat

1. Perhatian masyarakat akan iklan mengenai faktor eksternal

- a. Intensitas stimuli iklan atau menonjolnya stimuli iklan

Tabel XVI
Iklan parfum axe sering tayang ditelevisi

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	4	6,90%
B	Setuju	47	81,03%
C	Cukup Setuju	5	8,62%
D	Tidak Setuju	2	3,45%
E	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XVI di atas dapat diketahui bahwa 4 orang atau 6,90 % responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan parfum axe sering tayang ditelevisi, 47 orang atau 81,03 % responden menyatakan setuju bahwa iklan parfum axe sering tayang ditelevisi, 5 orang atau 8,62 % responden menyatakan cukup setuju bahwa iklan parfum axe sering tayang ditelevisi, 2 orang atau 3,45 % responden menyatakan tidak setuju bahwa iklan parfum axe sering tayang ditelevisi, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan setuju iklan parfum axe sering tayang ditelevisi. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 47 orang atau 81,03 % diantaranya menjawab setuju.

Tabel XVII
Iklan parfum axe menarik untuk dilihat dibanding iklan lainnya

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	2	3,45%
B	Setuju	4	6,90%
C	Cukup Setuju	13	22,41%
D	Tidak Setuju	39	67,24%
E	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XVII diatas dapat diketahui bahwa 2 orang atau 3,45 % responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan parfum axe menarik untuk dilihat dibanding iklan lainnya, 4 orang atau 6,90% responden menyatakan setuju bahwa iklan parfum axe menarik untuk dilihat dibanding iklan lainnya, 13 orang atau 22,41 % responden menyatakan cukup setuju bahwa iklan parfum axe menarik untuk dilihat dibanding iklan lainnya, 39 orang atau 67,24 % responden menyatakan tidak setuju bahwa iklan parfum axe menarik untuk dilihat dibanding iklan lainnya, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa iklan parfum axe menarik untuk dilihat dibanding iklan lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju iklan parfum axe menarik untuk dilihat dibanding iklan lainnya. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 39 orang atau 67,24 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden bernama Bpk Mardianto ia menuturkan mengetahui adanya iklan parfum axe yang tayang ditv. Begitu juga dengan penuturan

istrinya Ibu Rika Damayanti yang juga mengetahui bahwa iklan parfum axe ada atau tayang ditelevisi (Wawancara, 20 Mei 2014).

b. Gerakan stimuli pada iklan

Tabel XVIII
Gerakan sosok perempuan dalam iklan parfum axe menarik untuk dilihat

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	1	1,72%
B	Setuju	5	8,62%
C	Cukup Setuju	13	22,41%
D	Tidak Setuju	39	67,24%
E	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XVIII diatas dapat diketahui bahwa 1 orang atau 1,72 % responden menyatakan sangat setuju bahwa gerakan sosok perempuan dalam iklan (parfum axe) menarik untuk dilihat, 5 orang atau 8,62 % responden menyatakan setuju bahwa gerakan sosok perempuan dalam iklan (parfum axe) menarik untuk dilihat, 13 orang atau 22,41 % responden menyatakan cukup setuju bahwa gerakan sosok perempuan dalam iklan (parfum axe) menarik untuk dilihat, 39 orang atau 67,24 % responden menyatakan tidak setuju bahwa gerakan sosok perempuan dalam iklan (parfum axe) menarik untuk dilihat, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa gerakan sosok perempuan dalam iklan (parfum axe) menarik untuk dilihat. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju gerakan sosok

perempuan dalam iklan (parfum axe) menarik untuk dilihat. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 39 orang atau 67,24 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Tabel XIX
Bahasa yang digunakan perempuan dalam iklan parfum axe menarik penonton

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	11	18,97%
B	Setuju	7	12,07%
C	Cukup Setuju	10	17,24%
D	Tidak Setuju	30	51,72%
E	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XIX diatas dapat diketahui bahwa 11 orang atau 18,97 % responden menyatakan sangat setuju bahwa bahasa yang digunakan perempuan dalam iklan parfum axe menarik penonton, 7 orang atau 12,07 % responden menyatakan setuju bahwa bahasa yang digunakan perempuan dalam iklan parfum axe menarik penonton, 10 orang atau 17,24 % responden menyatakan cukup setuju bahwa bahasa yang digunakan perempuan dalam iklan parfum axe menarik penonton, 30 orang atau 51,72 % responden menyatakan tidak setuju bahwa bahasa yang digunakan perempuan dalam iklan parfum axe menarik penonton, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahasa yang digunakan perempuan dalam iklan parfum axe menarik penonton. Hal ini

terlihat dari 58 orang responden, 30 orang atau 51,72% diantaranya menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden dengan Bapak Saniman ia mengatakan mengetahui dan melihat iklan parfum axe yang tayang ditv, ia juga mengatakan kurang suka melihat iklan parfum axe karena penyajiannya yang terkesan kurang patut untuk dilihat (Wawancara, 20 Mei 2014).

- c. Novelty (hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda dari biasanya dan menarik perhatian)

Tabel XX
Model perempuan dalam iklan parfum axe merupakan hal baru dalam dunia iklan

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	9	15,52%
B	Setuju	15	25,86%
C	Cukup Setuju	16	27,59%
D	Tidak Setuju	17	29,31%
E	Sangat Tidak Setuju	1	1,72%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XX diatas dapat diketahui bahwa 9 orang atau 15,52 % responden menyatakan sangat setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe merupakan hal baru dalam dunia iklan, 15 orang atau 25,86 % responden menyatakan setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe merupakan hal baru dalam dunia iklan, 16 orang atau 27,59 % responden menyatakan cukup setuju bahwa model perempuan dalam iklan

parfum axe merupakan hal baru dalam dunia iklan, 17 orang atau 27,59 % responden menyatakan tidak setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe merupakan hal baru dalam dunia iklan, dan 1 orang atau 1,72 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe merupakan hal baru dalam dunia iklan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju model perempuan dalam iklan parfum axe merupakan hal baru dalam dunia iklan. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 17 orang atau 29,31 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Tabel XXI
Model perempuan dalam iklan parfum axe disajikan berbeda dari iklan biasanya

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	0	0%
B	Setuju	8	13,79%
C	Cukup Setuju	26	44,83%
D	Tidak Setuju	18	31,03%
E	Sangat Tidak Setuju	6	10,34%
Jumlah		58	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe disajikan berbeda dari iklan biasanya, 8 orang atau 13,79 % responden menyatakan setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe disajikan berbeda dari iklan biasanya, 26 orang atau 44,83 % responden menyatakan cukup setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe disajikan berbeda dari iklan biasanya, 18 orang atau 31,03 %

responden menyatakan tidak setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe disajikan berbeda dari iklan biasanya, dan 6 orang atau 10,34 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe disajikan berbeda dari iklan biasanya. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan cukup setuju bahwa iklan parfum axe dapat dilihat dengan jelas tanpa sensor. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 26 orang atau 44,83 % diantaranya menjawab cukup setuju.

Tabel XXII
Model perempuan dalam iklan parfum axe menarik perhatian untuk dilihat

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	13	22,41%
B	Setuju	1	1,72%
C	Cukup Setuju	5	8,62%
D	Tidak Setuju	39	67,24%
E	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXII diatas dapat diketahui bahwa 13 orang atau 22,41 % responden menyatakan sangat setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe menarik perhatian untuk dilihat, 1 orang atau 1,72 % responden menyatakan setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe menarik perhatian untuk dilihat, 5 orang atau 8,62 % responden menyatakan cukup setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe menarik perhatian untuk dilihat, 39 orang atau 67,24 % responden menyatakan tidak setuju bahwa model perempuan dalam iklan

parfum axe menarik perhatian untuk dilihat, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa model perempuan dalam iklan parfum axe menarik perhatian untuk dilihat. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 39 orang atau 67,24 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden dengan Bapak Helmi ia menuturkan iklan parfum axe yang tayang ditelvisi tidak jauh berbeda dengan iklan lainnya dimana menonjolkan sebuah seksualitas untuk menarik pemirsanya (Wawancara, 20 Mei 2014).

d. Pengulangan stimulus pada iklan

Tabel XXIII
Iklan parfum axe sering anda lihat ditelvisi

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	4	6,90%
B	Setuju	37	63,79%
C	Cukup Setuju	6	10,34%
D	Tidak Setuju	10	17,24%
E	Sangat Tidak Setuju	1	1,72%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXIII diatas dapat diketahui bahwa 4 orang atau 6,90 % responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan parfum axe sering dilihat ditelvisi, 37 orang atau 63,79 % responden menyatakan setuju bahwa iklan parfum axe sering dilihat ditelvisi, 6 orang atau 10,34 % responden

menyatakan cukup setuju bahwa iklan parfum axe sering dilihat ditelvisi, 10 orang atau 17,24 % responden menyatakan tidak setuju bahwa iklan parfum axe sering dilihat ditelvisi, dan 1 orang atau 1,72 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa iklan parfum axe sering dilihat ditelvisi. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan setuju bahwa iklan parfum axe sering dilihat ditelvisi. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 37 orang atau 63,79 % diantaranya menjawab setuju.

Tabel XXIV
Anda menyukai sosok perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	5	8,62%
B	Setuju	18	31,03%
C	Cukup Setuju	11	18,97%
D	Tidak Setuju	20	34,48%
E	Sangat Tidak Setuju	4	6,90%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXIV diatas dapat diketahui bahwa 5 orang atau 8,62 % responden menyatakan sangat setuju bahwa anda menyukai sosok perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi, 18 orang atau 31,03 % responden menyatakan setuju bahwa anda suka menyukai sosok perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi, 11 orang atau 18,97 % responden menyatakan cukup setuju bahwa anda menyukai sosok perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi, 20 orang atau 34,48 % responden menyatakan tidak setuju setuju bahwa anda menyukai sosok perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi, dan 4 orang atau 6,90 %

menyatakan sangat tidak setuju bahwa anda menyukai sosok perempuan dalam iklan parfum axe ditelevisi. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa anda menyukai sosok perempuan dalam iklan parfum axe ditelevisi. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 20 orang atau 34,48 % diantaranya menjawab tidak setuju.

2. Perhatian masyarakat akan iklan mengenai faktor internal

a. Faktor biologis masyarakat terhadap iklan

Tabel XXV
Anda menyukai produk parfum axe

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	2	3,45%
B	Setuju	8	13,79%
C	Cukup Setuju	18	31,03%
D	Tidak Setuju	27	46,55%
E	Sangat Tidak Setuju	3	5,17%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXV diatas dapat diketahui bahwa 2 orang atau 3,45 % responden menyatakan sangat setuju bahwa anda menyukai produk parfum axe, 8 orang atau 13,79 % responden menyatakan setuju bahwa anda menyukai produk parfum axe, 18 orang atau 31,03 % responden menyatakan cukup setuju bahwa anda menyukai produk parfum axe, 27 orang atau 46,55 % responden menyatakan tidak setuju bahwa anda menyukai produk parfum axe, 3 orang atau 5,17 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa anda menyukai produk parfum axe. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju

bahwa bahwa anda menyukai produk parfum axe. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 27 orang atau 46,55 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Tabel XXVI
Anda menggunakan produk parfum axe

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	8	13,79%
B	Setuju	9	15,52%
C	Cukup Setuju	17	29,31%
D	Tidak Setuju	20	34,48%
E	Sangat Tidak Setuju	4	6,90%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXVI diatas dapat diketahui bahwa 8 orang atau 13,79 % responden menyatakan sangat setuju bahwa anda menggunakan produk parfum axe, 9 orang atau 15,52 % responden menyatakan setuju bahwa anda menggunakan produk parfum axe, 17 orang atau 29,31 % responden menyatakan cukup setuju bahwa anda menggunakan produk parfum axe, 20 orang atau 34,48 % responden menyatakan tidak setuju bahwa anda menggunakan produk parfum axe, 4 orang atau 6,90 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa anda menggunakan produk parfum axe. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa anda menggunakan produk parfum axe. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 20 orang atau 34,48 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden dengan Bapak Purwadi ia mengatakan bahwa saya tidak suka

menggunakan produk parfum axe karena wanginya yang tidak saya sukai (Wawancara, 20 Mei 2014).

b. Faktor sosiopsikologis masyarakat terhadap iklan

Tabel XXVII
Anda tertarik menggunakan parfum axe saat melihat sosok perempuan didalam iklannya

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	13	22,41%
B	Setuju	8	13,79%
C	Cukup Setuju	16	27,59%
D	Tidak Setuju	21	36,21%
E	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXVII diatas dapat diketahui bahwa 13 orang atau 22,41 % responden menyatakan sangat setuju bahwa anda tertarik menggunakan parfum axe saat melihat sosok perempuan didalam iklannya, 8 orang atau 13,79 % responden menyatakan setuju bahwa anda tertarik menggunakan parfum axe saat melihat sosok perempuan didalam iklannya, 16 orang atau 27,59 % responden menyatakan cukup setuju bahwa anda tertarik menggunakan parfum axe saat melihat sosok perempuan didalam iklannya, 21 orang atau 36,21 % responden menyatakan tidak setuju bahwa anda tertarik menggunakan parfum axe saat melihat sosok perempuan didalam iklannya, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa anda tertarik menggunakan parfum axe saat melihat

sosok perempuan didalam iklannya. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 21 orang atau 36,21 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Tabel XXVIII
Anda pernah menggunakan parfum axe karena melihat sosok perempuan didalam iklannya

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	8	13,79%
B	Setuju	8	13,79%
C	Cukup Setuju	11	18,97%
D	Tidak Setuju	29	50%
E	Sangat Tidak Setuju	2	3,45%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXVIII diatas dapat diketahui bahwa 8 orang atau 13,79 % responden menyatakan sangat setuju bahwa anda pernah menggunakan parfum axe karena melihat sosok perempuan didalam iklannya, 8 orang atau 13,79 responden menyatakan setuju bahwa anda pernah menggunakan parfum axe karena melihat sosok perempuan didalam iklannya, 11 orang atau 18,97 % responden menyatakan cukup setuju bahwa anda pernah menggunakan parfum axe karena melihat sosok perempuan didalam iklannya, 29 orang atau 50 % responden menyatakan tidak setuju bahwa anda pernah menggunakan parfum axe karena melihat sosok perempuan didalam iklannya, dan 2 orang atau 3,45 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa anda pernah menggunakan parfum axe karena melihat sosok perempuan didalam iklannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa anda pernah menggunakan parfum axe karena melihat sosok perempuan didalam

iklannya. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 29 orang atau 50 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden dengan Bapak Supardiono, ia mengatakan bahwa ia pernah menggunakan produk parfum axe, namun setelah menggunakan parfum tersebut ia kurang menyukainya karena wanginya yang kurang disukainya (Wawancara, 20 Mei 2014).

3. Karakter atau personal masyarakat terhadap iklan

a. Kebutuhan masyarakat terhadap iklan

Tabel XXIX
Anda suka melihat iklan parfum axe karena sosok perempuan didalamnya

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	12	20,69%
B	Setuju	6	10,34%
C	Cukup Setuju	13	22,41%
D	Tidak Setuju	24	41,38%
E	Sangat Tidak Setuju	3	5,17%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXIX diatas dapat diketahui bahwa 12 orang atau 20,69 % responden menyatakan sangat setuju bahwa anda suka melihat iklan parfum axe karena sosok perempuan didalamnya, 6 orang atau 10,34 % responden menyatakan setuju bahwa anda suka melihat iklan parfum axe karena sosok perempuan didalamnya, 13 orang atau 22,41 % responden menyatakan cukup setuju bahwa anda suka melihat iklan parfum axe

karena sosok perempuan didalamnya, 24 orang atau 41,38 % responden menyatakan tidak setuju bahwa anda suka melihat iklan parfum axe karena sosok perempuan didalamnya, dan 3 orang atau 5,17 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa anda suka melihat iklan parfum axe karena sosok perempuan didalamnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa anda suka melihat iklan parfum axe karena sosok perempuan didalamnya. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 24 orang atau 41,38 % diantaranya menjawab tidak setuju.

b. Sikap, nilai preferensi, dan keyakinan masyarakat terhadap iklan

Tabel XXX
Iklan parfum axe mengandung nilai yang baik

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	1	1,72%
B	Setuju	8	13,79%
C	Cukup Setuju	20	34,48%
D	Tidak Setuju	29	50%
E	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXX diatas dapat diketahui bahwa 1 orang atau 1,72 % responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan parfum axe mengandung nilai yang baik, 8 orang atau 13,79 % responden menyatakan setuju bahwa iklan parfum axe mengandung nilai yang baik, 20 orang atau 34,48 % responden menyatakan cukup setuju bahwa iklan parfum axe mengandung nilai yang baik, 29 orang atau 50 % responden menyatakan tidak setuju

bahwa iklan parfum axe mengandung nilai yang baik, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa iklan parfum axe mengandung nilai yang baik. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 29 orang atau 50 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden dengan Bapak Mardianto, ia mengatakan bahwa iklan parfum axe yang tayang di televisi sedikit berlebihan dalam menyuguhkan iklan, namun ia menyadari bahwa itu semua semata-mata untuk menarik pemirsa untuk membeli produk parfum axe (Wawancara, 20 Mei 2014).

c. Kegunaan dan gaya komunikasi dari iklan

Tabel XXXI
Anda menyukai gaya komunikasi yang digunakan dalam iklan
parfum axe

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	5	8,62%
B	Setuju	10	17,24%
C	Cukup Setuju	19	32,76%
D	Tidak Setuju	23	39,66%
E	Sangat Tidak Setuju	1	1,72%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXI diatas dapat diketahui bahwa 5 orang atau 8,62 % responden menyatakan sangat setuju bahwa anda menyukai gaya komunikasi yang digunakan dalam iklan parfum axe, 10 orang atau 17,24 % responden menyatakan setuju bahwa anda menyukai gaya komunikasi

yang digunakan dalam iklan parfum axe, 19 orang atau 32,76 % responden menyatakan cukup setuju bahwa anda menyukai gaya komunikasi yang digunakan dalam iklan parfum axe, 23 orang atau 39,66 % menyatakan tidak setuju bahwa anda menyukai gaya komunikasi yang digunakan dalam iklan parfum axe, dan 1 orang atau 1,721 % menyatakan sangat tidak setuju bahwa anda menyukai gaya komunikasi yang digunakan dalam iklan parfum axe. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa anda menyukai gaya komunikasi yang digunakan dalam iklan parfum axe. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 23 orang atau 39,66 % diantaranya menjawab tidak setuju.

d. Pengalaman dan kebiasaan masyarakat terhadap iklan

Tabel XXXII
Sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai pendidikan yang baik

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	2	3,45%
B	Setuju	5	8,62%
C	Cukup Setuju	18	31,03%
D	Tidak Setuju	22	37,93%
E	Sangat Tidak Setuju	11	18,97%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXII diatas dapat diketahui bahwa 2 orang atau 3,45 % responden menyatakan sangat setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai pendidikan yang baik, 5 orang atau 8,62 %

responden menyatakan setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai pendidikan yang baik, 18 orang atau 31,03 % responden menyatakan cukup setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai pendidikan yang baik, 22 orang atau 37,93 % responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai pendidikan yang baik, dan 11 orang atau 18,97 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai pendidikan yang baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai pendidikan yang baik. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 22 orang atau 37,93 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Tabel XXXIII
Sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai budaya yang baik

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	2	3,45%
B	Setuju	2	3,45%
C	Cukup Setuju	16	27,59%
D	Tidak Setuju	24	41,38%
E	Sangat Tidak Setuju	14	24,14%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXIII diatas dapat diketahui bahwa 2 orang atau 3,45 % responden menyatakan sangat setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai budaya yang baik, 2 orang atau 3,45 % responden menyatakan setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum

axe mengandung nilai budaya yang baik, 16 orang atau 27,59 % responden menyatakan cukup setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai budaya yang baik, 24 orang atau 41,38 % responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai budaya yang baik, dan 14 orang atau 24,14 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai budaya yang baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengandung nilai budaya yang baik. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 24 orang atau 41,38 % diantaranya menjawab tidak setuju.

4. Stimuli yang berasal dari iklan

- a. Karakter fisik stimuli

Tabel XXXIV
Sosok perempuan dalam iklan parfum axe mengenakan pakaian yang anda sukai

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	7	12,07%
B	Setuju	12	20,69%
C	Cukup Setuju	14	24,14%
D	Tidak Setuju	22	37,93%
E	Sangat Tidak Setuju	3	5,17%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXIV diatas dapat diketahui bahwa 7 orang atau 12,07 % responden menyatakan sangat setuju bahwa sosok perempuan dalam

iklan parfum axe sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, 12 orang atau 20,69 % responden menyatakan setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, 14 orang atau 24,14 % responden menyatakan cukup setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, 22 orang atau 37,93 % responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dan 3 orang atau 5,17 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 22 orang atau 37,93 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Tabel XXXV
Sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan gaya bahasa yang baik

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	3	5,17%
B	Setuju	15	25,86%
C	Cukup Setuju	16	27,59%
D	Tidak Setuju	17	29,31%
E	Sangat Tidak Setuju	7	12,07%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXV diatas dapat diketahui bahwa 3 orang atau 5,17 % responden menyatakan sangat setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan gaya bahasa yang baik, 15 orang atau

25,86 % responden menyatakan setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan gaya bahasa yang baik, 16 orang atau 27,59 % responden menyatakan cukup setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan gaya bahasa yang baik, 17 orang atau 29,31 % responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan gaya bahasa yang baik, dan 7 orang atau 12,07 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan gaya bahasa yang baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan gaya bahasa yang baik. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 17 orang atau 29,31 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Tabel XXXVI
Sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan bahasa tubuh yang baik

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	12	20,69%
B	Setuju	6	10,34%
C	Cukup Setuju	13	22,41%
D	Tidak Setuju	23	39,66%
E	Sangat Tidak Setuju	4	6,90%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXVI diatas dapat diketahui bahwa 12 orang atau 20,69 % responden menyatakan sangat setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan bahasa tubuh yang baik, 6 orang atau 10,34 % responden menyatakan setuju bahwa sosok perempuan dalam

iklan parfum axe menggunakan bahasa tubuh yang baik, 13 orang atau 22,41 % responden menyatakan cukup setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan bahasa tubuh yang baik, 23 orang atau 39,66 % responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan bahasa tubuh yang baik, dan 4 orang atau 6,90 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan bahasa tubuh yang baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menggunakan bahasa tubuh yang baik. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 23 orang atau 39,66 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden dengan Bapak T. Fariz, ia mengatakan bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe terkesan sexy dan murahan hal tersebut tampak pada gaya berpakaian yang minim yang tidak sesuai dengan adat ketimuran ia berharap untuk dapat mengedepankan sisi kecerdasan dari pada sisi seksi. Ibu Eneng juga menuturkan gaya bicara yang digunakan dalam iklan parfum axe mencerminkan perempuan nakal dan tidak bermoral serta bahasa tubuh yang terlalu vulgar. Ia juga berharap sosok perempuan dalam iklan jangan hanya sisi keindahan fisik saja yang ditampilkan tetapi juga dari segi inner beautynya agar wanita tidak ber Image rendah dan murahan (Wawancara, 20 Mei 2014).

b. Pengorganisasian pesan yang disajikan

Tabel XXXVII
Sosok perempuan dalam iklan parfum axe menciptakan pesan yang baik

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	0	0%
B	Setuju	9	15,52%
C	Cukup Setuju	4	6,90%
D	Tidak Setuju	23	39,66%
E	Sangat Tidak Setuju	22	37,93%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXVII diatas dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe dapat dijadikan panutan bagi masyarakat, 9 orang atau 15,52 % responden menyatakan setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menciptakan pesan yang baik, 4 orang atau 6,90 % responden menyatakan cukup setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menciptakan pesan yang baik, 23 orang atau 39,66 % responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menciptakan pesan yang baik, dan 22 orang atau 37,93 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menciptakan pesan yang baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe menciptakan pesan yang baik. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 23 orang atau 39,66 % diantaranya menjawab tidak setuju.

Tabel XXXVIII
Sosok perempuan dalam iklan parfum axe dapat menjadi sebuah panutan

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	6	10,34%
B	Setuju	10	17,24%
C	Cukup Setuju	7	12,07%
D	Tidak Setuju	15	25,86%
E	Sangat Tidak Setuju	20	34,48%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXVIII diatas dapat diketahui bahwa 6 orang atau 10,34 % responden menyatakan sangat setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe dapat menjadi sebuah panutan, 10 orang atau 17,24 % responden menyatakan setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe dapat menjadi sebuah panutan, 7 orang atau 12,07 % responden menyatakan cukup setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe dapat menjadi sebuah panutan, 15 orang atau 25,86 % responden menyatakan tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe dapat menjadi sebuah panutan, 20 orang atau 34,48 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe dapat menjadi sebuah panutan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa sosok perempuan dalam iklan parfum axe dapat menjadi sebuah panutan. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 20 orang atau 34,48 % diantaranya menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden dengan Bapak T. Fariz, ia mengatakan bahwa iklan parfum axe mengandung anggapan yang buruk dimasyarakat, karena didalam iklan terdapat konten-konten yang kurang layak untuk ditampilkan ditelevisi. Ia mengatakan takut berimbas pada anak-anak apabila melihat iklan tersebut (Wawancara, 20 Mei 2014).

c. Novelty, model dan media atau channel.

Tabel XXXIX
Anda mengetahui dan memahami informasi yang terkandung dalam iklan parfum axe

Option	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
A	Sangat Setuju	9	15,52%
B	Setuju	12	20,69%
C	Cukup Setuju	13	22,41%
D	Tidak Setuju	11	18,97%
E	Sangat Tidak Setuju	13	22,41%
Jumlah		58	100%

Dari tabel XXXIX diatas dapat diketahui bahwa 9 orang atau 15,52 % responden menyatakan sangat setuju bahwa anda mengetahui dan memahami informasi yang terkandung dalam iklan parfum axe, 12 orang atau 20,69 % responden menyatakan setuju bahwa anda mengetahui dan memahami informasi yang terkandung dalam iklan parfum axe, 13 orang atau 22,41 % responden menyatakan cukup setuju bahwa anda mengetahui dan memahami informasi yang terkandung dalam iklan parfum axe, 11 orang atau 18,97 % responden menyatakan tidak setuju bahwa anda

mengetahui dan memahami informasi yang terkandung dalam iklan parfum axe, dan 13 orang atau 22,41 % responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa anda mengetahui dan memahami informasi yang terkandung dalam iklan parfum axe. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban tertinggi responden disini memiliki 2 pilihan yang sama besar, yaitu cukup setuju dan sangat tidak setuju bahwa anda mengetahui dan memahami informasi yang terkandung dalam iklan parfum axe. Hal ini terlihat dari 58 orang responden, 13 orang atau 22,41 % masing-masing diantaranya menjawab cukup setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu responden dengan Bapak Darsono, ia mengatakan iklan parfum axe diproduksi untuk menarik pemirsa untuk membeli parfum axe (Wawancara, 20 Mei 2014).

D. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha : Terdapat perbedaan persepsi yang signifikan pada masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi.

Ho : Tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan pada masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelvisi.

Berdasarkan penyajian data tabel dan analisis data yang dilakukan diatas maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya terjadi perbedaan persepsi yang signifikan pada Masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelevisi.

Tabel XL
Signifikasi Perbedaan Persepsi Masyarakat

No	Variabel	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
1	Perhatian Masyarakat Akan Iklan Mengenai Faktor Eksternal	-405,859	57	.000	-47,003
2	Perhatian Masyarakat Akan Iklan Mengenai Faktor Internal	-328,158	57	.000	-46,909
3	Karakter Atau Personal Masyarakat Terhadap Iklan	-362,477	57	.000	-46,637
4	Stimuli Yang Berasal Dari Iklan	-293,733	57	.000	-46,681

Dari tabel XL diatas dapat diketahui bahwa Persepsi masyarakat terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelevisi pada perhatian masyarakat akan iklan mengenai faktor eksternal memiliki perbedaan rata-rata sebesar -47,003, Persepsi masyarakat terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelevisi pada perhatian masyarakat akan iklan mengenai faktor internal memiliki perbedaan rata-rata sebesar -46,909, Persepsi masyarakat terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelevisi pada karakter atau personal masyarakat terhadap iklan memiliki perbedaan rata-rata sebesar -46,637, Persepsi masyarakat terhadap perempuan dalam iklan

parfum axe ditelevisi pada stimuli yang berasal dari iklan memiliki perbedaan rata-rata sebesar -46,681.