LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

EFEKTIVITAS IKLAN YOUTUBE HEAD & SHOULDERS VERSI "BLOOPERS" MENGGUNAKAN PENDEKATAN EMPHATY, PERSUASION, IMPACT DAN COMMUNICATION (EPIC MODEL) PADA MAHASISWA UNISSULA SEMARANG

Saya Alfinsa Reyhandika, merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Sultan Agung yang sedang menyelesaikan peneitian untuk memenuhi mata kuliah Skripsi. Pertanyaan dan jawaban pada kuesioner dalam penelitian ini, termasuk pengumpulan data dan hasil kesimpulan yang didapatkan hanya saya gunakan untuk kepentingan pendidikan. Identitas responden dalam kuesioner ini dirahasiakan.

I. Petunjuk Pengisian

Terima kasih sudah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini, bersama ini saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini dengan :

a. Mengisi pernyataan dengan sungguh – sungguh dan sejujur – jujurnya. Perlu diketahui bahwa jawaban anda tidak berhubungan dengan benar atau salah
b. Memilih jawaban dengan memberi tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai

II. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Fakultas :

Keterangan Jawaban

SS : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
N : Netral (Skor 3)
TS : Tidak Setuju (Skor 2)
STS : Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

EMPHATY (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Mudah Dimengerti						
1	Saya memahami bahasa yang dipakai di dalam iklan					
2	Saya memahami interaksi yang terjadi di dalam iklan					
Berkesan/disukai						
3	Saya dapat menceritakan kembali iklan kepada orang lain					
4	Saya dapat memberikan penilaian terhadap iklan					
Mudah Diingat						
5	Saya dapat menyebutkan tagline iklan Head & Shoulders					
6	Saya dapat menyebutkan hastag iklan Head & Shoulders					

PERSUASION (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Iklan Menarik						
1	Saya dapat menilai aktor yang digunakan dalam iklan					
2	Saya dapat menilai gerak tubuh yang digunakan dalam iklan					
Meyakinkan Untuk Membeli						
3	Saya dapat mengambil keputusan untuk membeli produk yang diiklankan					

4	Saya dapat mengambil keputusan untuk pembelian ulang produk yang diiklankan					
Dapat Dipercaya						
5	Saya dapat menilai kesesuaian produk antara iklan dengan realita					
6	Saya dapat menilai Head & Shoulders memiliki tanggung jawab					

IMPACT (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pengetahuan Produk						
1	Saya dapat menjelaskan manfaat produk di dalam iklan kepada orang lain					
2	Saya dapat menjelaskan ciri – ciri produk di dalam iklan kepada orang lain					
Kreatifitas Iklan						
3	Saya dapat menilai Head & Shoulders dapat menyusun gagasan baru					
4	Saya dapat menilai Head & Shoulders menciptakan karya baru					
Tampilan Iklan Yang Berbeda						
5	Saya dapat membandingkan tampilan iklan Head & Shoulders dengan iklan yang sejenis					
6	Saya dapat merekomendasikan iklan untuk dilihat kepada orang lain					

COMMUNICATION (X4)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Informasi Yang Jelas						
1	Saya dapat mengetahui produk apa yang dijual setelah melihat iklan					
2	Saya dapat mengetahui isi produk setelah melihat iklan					
Pemahaman Yang Disampaikan						

3	Saya merasa paham secara langsung pesan yang disampaikan oleh iklan					
4	Saya menilai pesan yang disampaikan oleh iklan seimbang dan selaras					
Kemampuan Komunikasi Pesan						
5	Saya dapat menilai iklan mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan					
6	Saya dapat menyimpulkan isi pesan iklan					