

**TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SD DI SIDOARJO  
TENTANG IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT VERSI “LITTLE  
MONSTER”**

**( Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Siswa SD Di Sidoarjo Tentang Iklan  
Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” Di Televisi )**

**Oleh :**

**MUHAMMAD DAVID SULTANSYAH  
0643010262**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal : 21 Mei 2010**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**

**TIM PENGUJI**

**1. Ketua**

**Zainal Abidin A., S.Sos, M.Si, M.Ed  
NPT. 3 7305 99 0170 1**

**Juwito, S.Sos, M.Si  
NPT. 3 6704 95 0036 1**

**2. Sekretaris**

**Dra. Herlina Suksmawati, Msi  
NIP. 19641225 199309 2001**

**3. Anggota**

**Zainal Abidin A., S.Sos, Msi, M.Ed  
NPT. 3 7305 99 0170 1**

**Mengetahui,  
DEKAN**

**Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 19550718 198302 2001**

**JUDUL PENELITIAN : TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SD DI  
SIDOARJO TENTANG ISI PESAN IKLAN  
PASTA GIGI PEPSODENT VERSI "LITTLE  
MONSTER"**

**Nama Mahasiswa : Muhammad David Sultansyah  
NPM : 0643010262  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Telah disetujui untuk mengikuti Seminar Proposal**

**Menyetujui,  
Pembimbing Utama**

**Zainal Abidin Achmad,MSi, M.Ed**

**NPT. 3 7303 99 0170 1**

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi**

**Juwito, S.Sos, MSi**

**NPT. 3 6704 95 0036 1**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat, Nikmat, serta Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas dan menyusun Skripsi yang berjudul **TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SD DI SIDOARJO TENTANG IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT VERSI “LITTLE MONSTER”** .

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Dosen Pembimbing, yang telah berjasa besar dalam memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang dalam juga penulis ungkapkan kepada banyak pihak yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya sebagai masukan dan semangat kepada penulis, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Ungkapan terima kasih tersebut penulis persembahkan kepada :

1. Dra. EC. Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Juwito, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Zainal Abidin Ahmad, MSi, M.Ed selaku dosen pembimbing yang telah memberikan spirit bagi penulis.
4. Kepala PusKesMas Sidoarjo dr. Widodotjahjono, Ibu Siti Kusniatin, Ibu Emi atas waktu, tempat, sekaligus kesempatan mendapatkan ilmu dan bantuannya dalam penyusunan Skripsi ini.

5. Kepala Sekolah SDN Sidoklumpuk Sidoarjo H.Moh.Mudjib S.Ag, MM. seluruh staf TU, guru, karyawan dan adik-adik kelas 5 dan kelas 6. Terima kasih, semoga kebaikan kalian dibalas oleh Tuhan YME.
6. Bapak, ibu dan Billy my brader, Papa dan (alm) Mama dan seluruh keluarga.
7. Juwitasari Dwi Paramitha, terima kasih atas keikhlasanmu. And the reason is You.
8. Teman-teman kampus Kempling, Gaboes, Clo, Yuan, Stefi, Desi, Deprot “meski kita tak sama bukan berarti kita tak bisa bersahabat, meski kita tak sama bukan berarti kita harus bermusuhan”. Sampai jumpa di kehidupan yang lebih baik.
9. Semua yang tak bisa penulis sebutkan. Thanks For All, i’ve done. Semoga masuk surga. Amin.

Penulis sepenuhnya menyadari, banyak sekali terdapat kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, untuk itu segala bentuk saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Skripsi ini adalah sebuah wujud terima kasih dan persembahan penulis untuk seluruh pembaca, sebagai bentuk kecintaan dan penghargaan penulis terhadap ilmu pengetahuan, juga dengan harapan besar semoga Skripsi ini dapat memberikan pengetahuan dan manfaat bagi semua yang membutuhkan. Terima kasih.

Surabaya, Mei 2010

Penulis

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Teori S – O – R (Stimulus – Organisme – Respons).....	19
Gambar 2. Bagan Kerangka Berfikir Tingkat Pengetahuan Siswa SD Di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent versi “Little Monster” di Televisi.....	23

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Tingkat Pengetahuan .....	9
2.1.2 Periklanan .....	9
2.1.3 Unsur – Unsur Iklan .....	11

2.1.4	Televisi Sebagai Media Beriklan.....	13
2.1.5	Kampanye Kesehatan Pepsodent.....	14
2.1.6	Iklan Pasta Gigi Pepsodent.....	16
2.1.7	Khalayak Televisi.....	17
2.1.8	Teori S – O – R (Stimulus – Organisme – Respons).....	18
2.2	Kerangka Berfikir.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.1.1	Tingkat Pengetahuan Siswa SD di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster”.....	24
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	26
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	29
3.2.1	Populasi.....	29
3.2.2	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	30
3.3	Pengumpulan Data.....	30
3.4	Analisis Data.....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>33</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek.....	33
4.1.1	Profil Sekolah.....	33
4.1.2	Visi dan Misi Sekolah.....	34
4.1.3	Struktur Organisasi Sekolah.....	35
4.1.4	Tugas dan Wewenang.....	35
4.2	Penyajian data dan Analisa Data.....	37
4.2.1	Identitas Responden.....	37

4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	37
4.2.1.2 Usia Responden.....	38
4.2.2 Berdasarkan Penggunaan Media .....	39
4.2.2.1 Apakah Responden Pernah Menonton Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	39
4.2.2.2 Frekuensi Responden Dalam Menonton Iklan .....	40
4.2.2.3 Durasi Responden Dalam Menonton Iklan .....	41
4.2.3 Tingkat Pengetahuan Siswa SD di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	42
4.2.3.1 Pengetahuan Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” Merupakan Bagian Dari Kampanye Kesehatan Pepsodent.....	42
4.2.3.2 Pengetahuan Tentang Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	43
4.2.3.3 Pengetahuan Tentang Jumlah Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	44
4.2.3.4 Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Beberapa Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	46
4.2.3.5 Pengetahuan Tentang Boneka Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	47
4.2.3.6 Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Boneka Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	49
4.2.3.7 Pengetahuan Tentang Tempat Yang Digunakan Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	50
4.2.3.8 Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Tempat Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	51
4.2.3.9 Pengetahuan Tentang Slogan Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	53



4.2.3.10	Pengetahuan Tentang Maksud Slogan Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	54
4.2.3.11	Pengetahuan Tentang Maksud Kata-kata Yang Diucapkan Oleh Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	55
4.2.3.12	Pengetahuan Tentang Menyikat Gigi Yang Baik Adalah Pada Pagi Hari Dan Malam Hari .....	57
4.2.3.13	Pengetahuan Tentang Pasta Gigi Pepsodent Mengandung Zat Yang Berguna Untuk Mencegah Gigi Berlubang .....	58
4.3	Tingkat Pengetahuan Siswa SD di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>63</b>
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>67</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuisisioner .....	67
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	70
Lampiran 3. Struktur Organisasi SDN Sidoklumpuk Sidoarjo.....	73
Lampiran 4. Tabel Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut PusKesMas di Sidoarjo Tahun 2008 .....	74
Lampiran 5. Tabel Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut PusKesMas di Jawa Timur .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 3.	Apakah Responden Pernah Menonton Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	39
Tabel 4.	Frekuensi Responden Dalam Menonton Iklan Selama Satu Minggu.....	40
Tabel 5.	Durasi Responden Menonton Iklan.....	41
Tabel 6.	Pengetahuan Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Merupakan Bagian Dari Kampanye Kesehatan Pepsodent.....	42
Tabel 7.	Pengetahuan Tentang Model Iklan Dari Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “little Monster” .....	44
Tabel 8.	Pengetahuan Tentang Jumlah Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “little Monster” .....	45
Tabel 9.	Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Beberapa Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “little Monster” .....	46
Tabel 10.	Pengetahuan Tentang Boneka Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	48
Tabel 11.	Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Boneka Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	49

Tabel 12.	Pengetahuan Tentang Tempat Yang Digunakan Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	50
Tabel 13.	Pengetahuan Tentang Maksud Digunakannya Tempat Dalam Iklan Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	52
Tabel 14.	Pengetahuan Tentang Slogan Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	53
Tabel 15.	Pengetahuan Tentang Maksud Slogan Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	54
Tabel 16.	Pengetahuan Tentang Maksud Dari Kata Yang Diucapkan Oleh Model Dalam Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	56
Tabel 17.	Pengetahuan Tentang Menyikat Gigi Yang Baik Adalah Pada Pagi Hari Dan Malam Hari.....	57
Tabel 18.	Pengetahuan Tentang Pasta Gigi Pepsodent Mengandung Zat Yang Berguna Untuk Mencegah Gigi Berlubang.....	58
Tabel 19.	Tingkat Pengetahuan Siswa SD Di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” .....	60

## ABSTRAKSI

**MUHAMMAD DAVID SULTANSYAH.** TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SD DI SIDOARJO TENTANG IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT VERSI “LITTLE MONSTER” ( Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Siswa SD Di Sidoarjo Tentang Iklan Pasta Gigi Pepsodent Versi “Little Monster” Di Televisi ).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan siswa SD di Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “little monster” di televisi.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pengetahuan, televisi sebagai media beriklan, unsur-unsur iklan, khalayak televisi, teori S – O – R (*Stimulus – Organisme – Respons*).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah siswa SDN Sidoklumpuk Sidoarjo dan sampel dalam penelitian ini adalah siswa SDN Sidoklumpuk Sidoarjo kelas 5 dan kelas 6 sebanyak 139 siswa. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *total sampling*. Penelitian ini menggunakan metode survei. Data dari kuisioner tersebut ditabulasikan, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan secara deskriptif.

Kesimpulan dari penelitian ini, bahwa tingkat pengetahuan siswa SD di Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “little monster” adalah pada kategori tinggi. Responden tidak sekedar melihat tayangan iklan saja, selain itu mereka memiliki pengetahuan serta menaruh perhatian lebih terhadap iklan tersebut. Hal ini terlihat dari kemampuan mereka memahami dan menjelaskan maksud dan makna yang terkandung didalam unsur-unsur iklan yang terdapat dalam iklan pasta gigi Pepsodent versi “little monster” antara lain model iklan, jumlah model iklan, props, setting tempat, dan dialog iklan.

*Kata kunci : Tingkat pengetahuan, Siswa SD, Sidoarjo, Iklan pasta gigi Pepsodent versi “little monster”.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan informasi kian tumbuh dengan pesat sehingga banyak menghasilkan inovasi baru yang diciptakan dalam rangka pemenuhan kebutuhan manusia yang semakin beragam khususnya kebutuhan akan informasi. Seiring dengan perkembangan zaman, akhirnya manusia dituntut untuk mengetahui berbagai informasi yang beraneka ragam. Agar informasi tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas sesuai dengan keinginan masyarakat, maka media yang dapat digunakan dalam penyampaian informasi dan pesan adalah media massa baik cetak maupun elektronik.

Televisi merupakan salah satu media elektronik yang dapat menyampaikan informasi kepada khalayak atau masyarakat luas. Media televisi pada hakikatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara tepat, berurutan dan diiringi dengan unsur audio (Sutisno, 1993:1). Kata televisi (television) berasal dari kata *TELE* berasal dari bahasa Yunani yang berarti jauh, sedangkan kata *VISION* berasal dari bahasa Latin, *Videre* yang artinya melihat. Jadi, kata televisi dapat diartikan melihat dari jauh (Darwanto, 1994:39).

Munculnya televisi merupakan bentuk penampilan audio visual yang berkembang dan menjelma sebagai jendela dunia informasi bagi masyarakat luas. Televisi memiliki beberapa karakteristik tertentu dalam pemenuhan berbagai macam tujuan komunikasi, yakni televisi memiliki jangkauan dan dapat menghadirkan obyek yang amat kecil atau besar, berbahaya ataupun langka secara visual. Dapat menyebarluaskan informasi secara serentak dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan, mampu membangkitkan perasaan seseorang, selain itu televisi dapat “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.

Iklan di televisi mampu menciptakan karakteristiknya sendiri. Hal itu semakin menambah nilai positif dan menimbulkan pengaruh terhadap khalayaknya yang menonton atau melihat tayangan iklan tersebut di televisi. Kelebihan-kelebihan televisi sebagai iklan ini berlaku dimana saja secara umum. Berkesan realistik, sifatnya yang visual dan merupakan kombinasi warna, gerakan, dan suara, maka iklan-iklan yang disuguhkan di televisi nampak begitu hidup dan nyata. Dengan kelebihan itu para pengiklan dapat menunjukkan isi pesan tersebut secara detail. Diharapkan melalui iklan yang ditayangkan di televisi khalayak dapat lebih tanggap dan memberikan perhatian terhadap iklan yang sedang ditampilkan.

Pengaruh iklan terhadap khalayak umumnya dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi, dan secara khusus setelah melihat tayangan iklan tersebut khalayak diharapkan dapat secara langsung terpengaruh sehingga dapat mengerti isi pesan yang terdapat pada iklan

tersebut, dan akhirnya dapat memberikan respon yang positif karena seringnya iklan tersebut ditayangkan secara berulang-ulang dalam sehari.

Tidak bisa dipungkiri bahwa iklan dapat menimbulkan kontroversi seperti tindakan seseorang berubah karena memperoleh terpaan iklan tertentu. Akibatnya secara komplitif terpaan iklan dapat terjadi sepanjang kehidupan seseorang dan berperan untuk penneguhan nilai-nilai baru, memodifikasi serta membuang nilai-nilai yang lama. Iklan telah mempengaruhi manusia untuk memilih apa saja mulai dari kebutuhan barang maupun jasa.

Permasalahan tentang kesehatan gigi dan mulut yang timbul di masyarakat khususnya anak-anak sangat bertolak belakang dengan banyaknya upaya yang dilakukan untuk mencegahnya. Beragam informasi mengenai kesehatan khususnya gigi dan mulut yang mudah diperoleh, pemberitahuan melalui iklan-iklan ditelevisi juga gencar diserukan. Selain itu telah banyak dilakukan upaya-upaya nyata untuk mengetasi masalah tersebut melalui penyuluhan-penyuluhan dan skrinning rutin dari tim Unit Kesehatan Gigi Sekolah masih belum mampu menganggulangi masalah tersebut.

Mengambil iklan pasta gigi Pepsodent versi "*little monster*" sebagai obyek penelitian, karena iklan tersebut mencermati permasalahan tentang kesehatan gigi salah satunya adalah karies atau gigi berlubang yang tengah dialami oleh masyarakat kita khususnya pada anak-anak. Karies atau



gigi berlubang merupakan suatu penyakit jaringan keras gigi, yaitu email, dentin dan sementum, yang disebabkan oleh aktivitas suatu jasad renik dalam suatu karbohidrat yang diragikan.

Gigi yang mudah sekali terserang karies adalah gigi sulung (gigi anak). Ini disebabkan karena struktur giginya lebih tipis dan lebih kecil dibandingkan dengan gigi dewasa (gigi tetap).

Saat ini anak-anak berusia 6-12 tahun diseluruh Indonesia mengalami karies gigi yang belum ditangani. Karies adalah salah satu bukti tidak terawatnya kondisi mulut dan gigi. Fakta ini ditunjang dari Survei Kesehatan Nasional tahun 1998, mengenai perilaku masyarakat tentang perawatan kesehatan gigi dan mulut, bahwa 77,2 persen penduduk memang menyikat giginya namun hanya 8,1 persen saja yang menyikat gigi sesuai anjuran yakni setelah sarapan pagi dan sebelum tidur malam ([http://www.unilever.co.id/id.ourcompany/beritaandmedia/siaranpers/\\_2007/GerakanNasionalSikatGigiBersama.asp](http://www.unilever.co.id/id.ourcompany/beritaandmedia/siaranpers/_2007/GerakanNasionalSikatGigiBersama.asp))

Survei tentang kebiasaan dan sikap menunjukkan hanya sekitar 34% dari rakyat Indonesia yang menyikat gigi mereka sebelum tidur. Bahkan dari penelitian klinis ditemukan bahwa pada penghitungan bakteri di pagi hari jumlahnya berlipat ganda dua kali lebih cepat pada malam hari ketimbang pada waktu lain di siang hari. Ini menunjukkan bahwa pertumbuhan bakteri meningkat paling pesat selama malam hari dan dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya lubang. Bukti yang ada dewasa ini

juga mendukung menyikat gigi dengan pasta gigi berflorida sebelum tidur pada malam hari karena perlindungan tambahan yang diberikannya untuk waktu yang lebih lama pada malam hari. Oleh karena itulah mengapa Pepsodent merasa perlu untuk menggunakan tema Menyikat Gigi pada Malam Hari sebagai kampanye kesehatannya untuk membuat orang Indonesia menyikat gigi mereka sebelum tidur pada malam hari sebagai bagian dari kebiasaan mencegah terjadinya gigi berlubang (<http://www.unilever.co.id/id/produkkami/personalcare/pepsodent.asp>).

Berangkat dari fenomena tersebut maka perlu adanya perhatian mengenai pentingnya pengetahuan sejak dini tentang perawatan kesehatan gigi dan mulut khususnya kepada anak usia 6-12 tahun yang memiliki perilaku yang beresiko tinggi terkena masalah gigi khususnya karies gigi atau gigi berlubang salah satunya melalui iklan.

Pengetahuan khalayak terhadap iklan merupakan aspek untuk menentukan keberhasilan pengiklan dalam mengkomunikasikan sebuah iklan. Melalui iklan, khalayak diharapkan dapat mengetahui isi pesan iklan yang ditayangkan di televisi. Tanggapan khalayak terhadap pesan, merupakan proses dimana pesan tersebut dapat dimengerti dan menjadi bahan pengetahuan khalayak terhadap iklan pasta gigi Pepsodent versi “*little monster*” di televisi.

Terpaan iklan pasta gigi Pepsodent versi “*little monster*” di televisi secara terus menerus tentunya akan membawa hasil tersendiri bagi

khalayak, khususnya terhadap perubahan pengetahuan. Dalam artian khalayak setelah menonton iklan tersebut diharapkan dapat mengerti, memahami dan mengetahui isi pesan yang disampaikan. Sehingga membawa perubahan pada efek kognitif yang merupakan proses dalam penerimaan pesan.

Sidoarjo dipilih menjadi daerah penelitian karena berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kesehatan Jawa Timur bahwa Kabupaten Sidoarjo menempati urutan ke-3 (tiga) di Jawa Timur dalam permasalahan kesehatan gigi dan mulut untuk siswa SD. Tercatat sebanyak 141.605 siswa dari 689.677 siswa mengalami permasalahan kesehatan gigi dan mulut ([www.dinkesjatim.go.id](http://www.dinkesjatim.go.id)). Objek dalam penelitian ini adalah siswa SD kelas 5 dan kelas 6, usia 10 hingga 12 tahun dan bersekolah di SD yang masuk dalam wilayah kelurahan-kelurahan dibawah pengawasan Puskesmas kecamatan Sidoarjo. Alasan peneliti menjadikan siswa SD kelas 5 dan kelas 6, usia 10 hingga 12 tahun sebagai objek penelitian adalah karena pada usia 10 hingga 12 tahun, anak-anak mulai memperlihatkan keterampilan-keterampilan manipulatif menyerupai kemampuan-kemampuan orang-orang dewasa (John Santrock, 2005:300).

Kelurahan-kelurahan yang berada dibawah pengawasan Puskesmas kecamatan Sidoarjo dipilih menjadi lokasi penelitian karena berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Puskesmas kecamatan Sidoarjo bahwa sebanyak 6.335 jiwa di wilayah tersebut mempunyai permasalahan yang berkaitan dengan kesehatan gigi dan mulut.

Permasalahan yang berkaitan dengan gigi dan mulut tersebut terdiri dari tiga jenis penyakit dan ke-tiga jenis masuk dalam daftar 10 penyakit terbesar pada tahun 2008 (sumber : Laporan Tahunan Puskesmas Kecamatan Sidoarjo Tahun 2008).

Responden dalam penelitian ini adalah siswa SDN Sidoklumpuk. Sekolah tersebut terpilih karena berdasarkan hasil pemeriksaan tim UKGS Puskesmas kecamatan Sidoarjo, kelurahan Sidoklumpuk Sidoarjo yang tertinggi dalam kasus gigi berlubang dan tercatat sebanyak 139 dari 712 siswa SDN Sidoklumpuk Sidoarjo. (sumber : Poli Gigi Puskesmas Kecamatan Sidoarjo Tahun 2008)

Berpijak dari masalah tersebut maka peneliti ingin mengetahui tingkat pengetahuan siswa SD di Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi "*little monster*".

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka dapat dirumuskan permasalahan yang menjadikan pentingnya penelitian ini dilakukan, yaitu : Bagaimana tingkat pengetahuan siswa SD di Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi "*little monster*"?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan siswa SD di Sidoarjo tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “*little monster*”.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil dari penelitian ini dapat memperluas wawasan keilmuan dan dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengembangan dan penerapan teori-teori pada penelitian dibidang ilmu komunikasi.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada siswa SD tentang iklan pasta gigi Pepsodent versi “*little monster*” agar lebih menjaga kesehatan gigi serta akan bahaya gigi berlubang.