

ABSTRAK

Berbagai perusahaan menggunakan selebriti sebagai *endorser* sebagai daya tarik produk. Strategi periklanan melalui *celebrity endorser* juga dilakukan oleh produsen Top Coffee. Produsen Top Coffee hadir dengan iklan yang gencar ditayangkan di televisi dan menampilkan bintang iklan artis ternama yaitu: Iwan Fals, Anthony, Nikita Willy dan Samuel Zylgwn. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat Desa Tirtomartani, Kecamatan Kalasan Kabupaten Sleman pada Iklan “Top Coffee” di televisi. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Tirtomartani, kecamatan Kalasan Kabupaten Sleman. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis dan intepretasi data maka dapat digambarkan bahwa masyarakat Desa Tirtomartani, Kecamatan Kalasan Kabupaten Sleman menunjukkan persepsi yang positif terhadap iklan “Top Coffee” di televisi cenderung positif. iklan tersebut kurang dalam memberikan informasi tentang manfaat produk, tetapi iklan tersebut memiliki keunggulan lain, misalnya mampu memberikan informasi tentang kemasan produk, kelebihan produk, dan produsen produk. Iklan top coffee juga mampu membujuk khalayak tentang perlunya mengkonsumsi top coffee serta berhasil memberikan informasi produk yang mudah diingat. Iklan top coffee juga berhasil memberikan informasi bahwa top coffee cocok untuk semua usia. Iklan top coffee berhasil membuat produk tersebut tetap segar dalam ingatan para konsumen serta berhasil menunjukkan bahwa top coffee lebih unggul dibanding produk sejenis yang lain.

Kata kunci: *persepsi, iklan top coffee.*