**ABSTRAK**

**Penelitian ini berjudul Persepsi Masyarakat Mengenai Iklan *Sprite* Di Televisi*.***

**Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk melihat sebaik apa Persepsi Masyarakat Mengenai Iklan *Sprite* Di Televisi, dan bagaimana penerapan dari iklan tersebut apakah masyarakat akan tertarik untuk membeli produk atau tidak.**

**Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dan langsung kelapangan untuk mencari data fakta yang terjadi di lapangan, dan melalui studi pustaka. Unit sample nya yaitu 2 untuk informan utama dari PT. *Coca-Cola Amatil Indonesia* dan 7 informan pendukung dari masyarakat Kota Bandung dan konsum. Skripsi ini menggunakan teknik *purposive* sampling.**

**Berdasarkan hasil penelitian Persepsi Masyarakat Mengenai Iklan *Sprite* Di Televisi maka diperoleh hasil bahwa sudah terlihat menarik oleh masyarakat namun produk tersebut masih di pandang kurang baik untuk kesehatan bagi beberapa konsumen.**

**Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan bagi *Coca-Cola Amatil Indonesia* yaitu lebih ditingkatkan lagi mengenai informasi kandungan bahan produk , ketika kandungan bahan produk “*Sprite”* di sosialisasikan oleh pihak *Coca-Cola Amatil Indonesia* , ketika konsumen dan masyarakat sudah mengetahui kandungan bahan dari produk “*Sprite”* konsumen dan masyarakat tidak akan berpandangan lagi bahwa produk tersebut kurang baik untuk kesehatan.**

***ABSTRACT***

***The study,entitled the public perception about the Sprite on television Advertising.***

***The purpose of holding of the research is to look as good as what the public perception about the Sprite on television, and how the application of these ads if the community would be interested in purchasing a product or not.***

***This research used the qualitative approach with a descriptive method The data obtained through direct interviews and spaciousness to find data facts that happened on the field, and through the study of the literature. His sample units 2 for the main informant of PT. Coca Cola Amatil Indonesia and 7 informants of the society of Bandung and consumers, This thesis using a purposive sampling technique.***

***Based on the results of the research public perception About Ad Sprite on televisionthen obtained a result that already look attractive by society but the product is still in the viewpoint of less well for health for some consumers.***

***Things like to researchers recommend as inputs for Coca-Cola Amatil Indonesia i.e. further improved again about the information content of the ingredients of the product, when the content of the material product "Sprite" socialised by the Coca Cola Amatil Indonesia, when consumers also already know the content of the ingredients of the product "Sprite" consumers and the public will not think that the product is less good for health***

***RINGKESAN***

***Panalungtikan ieu dijudulan Persepsi Balarea Ngeunaan Pariwara Sprite Di Televisi.***

***Tujuan diayakeunana panalungtikan ieu teh kanggo ningali sebaik naon Persepsi Balarea Ngeunaan Pariwara Sprite Di Televisi, sarta kumaha penerapan ti pariwara kasebat apakah balarea bade kabetot kanggo meser produk atawa henteu.***

***Panalungtikan ieu ngagunakeun pendekatan kualitatif kalawan padika deskriptif. Data ditampa ngaliwatan wawancara sarta langsung kajembaran kanggo pilari data fakta anu lumangsung di lapang,sarta ngaliwatan studi pustaka. Unit sample na yaktos 2 kanggo informan utami ti PT. Coca-Cola Amatil Indonesia sarta 7 informan bobotoh ti balarea Dayeuh Bandung sarta konsum. Skripsi ieu ngagunakeun teknik purposive sampling.***

***Dumasar kenging panalungtikan Persepsi Balarea Ngeunaan Pariwara Sprite Di Televisi mangka ditampa kenging yen atos katembong metot ku balarea nanging produk kasebat di keneh tingali kirang sae kanggo kasehatan kanggo sababaraha konsumen.***

***Perkawis-perkawis anu hoyong peneliti mendasikeun minangka bahan asupkeun kanggo Coca-Cola Amatil Indonesia yaktos langkung dironjatkeun deui ngeunaan informasi kandungan bahan produk ,sabot kandungan bahan produk “Sprite” di sosialisasikan ku pihak Coca-Cola Amatil Indonesia ,sabot konsumen oge balarea atos terang kandungan bahan ti produk “Sprite” konsumen sarta balarea moal patempo-tempo deui yen produk kasebat kirang sae kanggo kasehatan .***