

**PERBEDAAN PERSEPSI REMAJA, DEWASA, ORANG TUA PADA  
KEMASAN DAN TAGLINE IKLAN SNACK BIKINI DI  
INSTAGRAM  
(SURVEI: PADA FOLLOWERS INSTAGRAM SNACK BIKINI)**

**ELLY RATNASARI**

**ABSTRAK**

Desain kemasan yang terkait dengan penelitian ini adanya kemasan dan tagline yang mengandung unsur pornografi sehingga tidak sesuai dengan etika iklan, sehingga penelitian ini untuk menguji Perbedaan Persepsi Remaja, Dewasa, Orang Tua pada Kemasan dan Tagline Iklan Snack Bikini di Instagram. Teori yang digunakan adalah Persepsi, kemasan, tagline dan instagram. Penelitian menggunakan adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penlitianya survei. Jumlah populasi penelitian ini adalah Followers Instagram Snack Bikini bulan Desember sebanyak 14.002 dengan sampel penelitian 99 menggunakan rumus *yamane*. Hasil penelitian penelitian ini menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $6,126 > 3,09$ ), maka  $H_0$  di tolak, jadi dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan antara rata-rata nilai Remaja, dewasa, orang. Pada tabel test of homogeneity terlihat signifikansi terdapat nilai 0,013 maka  $H_a$  terdapat perbedaan persepsi remaja, dewasa, orang tua pada kemasan dan tagline iklan snack bikini di instagram.

**Kata Kunci** : Persepsi, Kemasan, Tagline, Iklan, Instagram.

**DIFFERENCES IN PERCEPTION OF YOUTH, ADULT, PARENTS  
ON PACKAGING AND ADVERTISING TAGLINE BIKINI SNACK**

**INSTAGRAM**

**(SURVEY: INSTAGRAM FOLLOWERS BIKINI SNACK)**

**ELLY RATNASARI**

**ABSTRACT**

*Packaging design related invitation this study their packaging and tagline that contain elements of pornography that is not in accordance with the ethics of advertising, so this study to examine differences Perception Teens, Adults, Parents on Packaging and Advertising tagline Snack Bikini on Instagram. The theory used is perception, packaging, tagline and instagram. The research used is quantitative approach and survey penlitiannya types. Total population of this research is Instagram Followers Snack Bikini in December as many as 14 002 to 99 research samples using Yamane formula. The results of this research study shows  $F_{count} > F_{table}$  ( $6.126 > 3.09$ ), then  $H_0$  is rejected, so it can be concluded that there is a difference between the average value of the Young, adult, people. In the table looks significance test of homogeneity there is value  $H_a$  0,013 then there are different perceptions of adolescents, adults, the elderly on the packaging and advertising tagline snack bikini on instagram.*

*Keywords: Perception, Packaging, Tagline, Ad, Instagram.*