

**PENGARUH PESAN IKLAN TVC SUSU L-MEN GAINMASS
VERSI “MIRROR” TERHADAP SIKAP PENTINGNYA
MEMILIKI BADAN ATLETIS**

(Survei Komunitas *Calistnation* Taman Kota BSD)

Rasyid Sidiq

Abstrak

Latar belakang dari penelitian ini adalah pada zaman sekarang ini banyak sekali orang yang sudah ingin memiliki bentuk badan atletis, namun tidak sedikit juga pria yang sudah merasa nyaman dengan bentuk tubuhnya. Seringkali banyak orang berpikir bahwa tak masalah bila berukuran “sedikit lebih besar” dari orang lain. Padahal, anggapan tersebut tidak baik untuk kesehatan tubuh. Bila orang terus menerus berpikir bahwa menjadi sedikit gemuk tidaklah menimbulkan masalah, orang tersebut tentu akan merasa bahwa mengonsumsi makanan dalam jumlah banyak bukanlah suatu perkara besar. Anggapan mengenai tubuh besar tersebut akhirnya mulai mengakibatkan meningkatnya jumlah penderita obesitas di dunia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan iklan susu L-Men versi “*Mirror*” terhadap sikap pentingnya memiliki badan atletis, Populasi dalam penelitian ini adalah anggota dari komunitas *Calistnation* Taman Kota BSD. Dan Sampel sebesar 64 responden yang pernah melihat iklan susu L-Men versi “*Mirror*”. Dengan teknik random sampling. Teori yang digunakan didalam penelitian ini adalah, pesan iklan dan sikap. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji korelasi adalah sebesar 0,866. Hasil tersebut berada pada interval 0.800 – 1.000 yang berarti memiliki hubungan yang sangat kuat antara pesan iklan susu L-Men versi “*Mirror*” dan sikap pentingnya memiliki badan atletis.

Kata Kunci : Televisi, Pesan Iklan, Sikap

EFFECTS OF MESSAGES TVC L-MEN GAIN MASS VERSION "MIRROR" TO THE IMPORTANCE OF THE ATHLETIC BODY

(Community Survey Calistnation Park BSD City)

Rasyid Sidiq

Abstract

The background of this research is today a lot of people who've wanted to have a form of athletic bodies, but also not a few men who are already comfortable with the shape of her body. Often people think that is not a problem when measuring "slightly more" than others. In fact, the presumption is not good for the health of the body. When people constantly thought that being a little fat does not cause problems, that person will certainly feel that eating large amounts of foods is not a big matter. Presumption regarding the large body finally started to result in increasing numbers of sufferers of obesity in the world. The purpose of this research was to know how big the influence of advertising messages milk L-Men version of "Mirror" of the attitude of the importance of having the body of the athletic, the population in this research is a member of the Calistnation community of BSD City Park. And the sample of 64 respondents who had seen the ads L-Men milk version of "Mirror". With random sampling techniques. The theory used in this research is, advertising message and attitude. It uses quantitative research methods with simple regression. The research results showed that the correlation test is 0.866. Those results are at intervals of 0800 – 1,000 which means having a very strong relationship between the advertising message milk L-Men version of "Mirror" and the importance of having body athletic.

Keyword : Television, Advertising Messages, Attitude