

**DAMPAK TERPAAN IKLAN *GLOBAL WARMING* TERHADAP PERILAKU
MASYARAKAT MODERN (SURVEI TERHADAP WARGA KELURAHAN
BANGKA, JAKARTA SELATAN)**

Aji Darmawan Saputra

ABSTRAK

Global warming adalah suatu masalah yang berkaitan dengan peningkatan suhu rata-rata di bumi dari tahun ke tahun atau yang lebih dikenal dengan sebutan pemanasan global. Untuk mengkampanyekan pencegahan *global warming* dilakukan dengan menggunakan iklan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak dari terpaan iklan *global warming* terhadap perilaku masyarakat modern. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori SOR (*Stimulus Organism Response*) teori ini menjelaskan bagaimana respon jika masyarakat diberikan terpaan iklan *global warming*. Populasi yang peneliti pilih adalah Kelurahan Bangka, Jakarta Selatan dimana Pada tahun 2016 Kelurahan Bangka mendapatkan *Qlue award*, dimana Kelurahan Bangka aktif menampung keluhan masyarakat tentang masalah lingkungan melalui aplikasi *Qlue* dan menyelesaikan masalah tersebut. Populasi warga Kelurahan Bangka sebanyak 23.397 jiwa. Dengan menggunakan rumus Yamane lalu didapatkan jumlah sampel 100. Penelitian ini menggunakan menyebar kuesioner untuk mendapatkan data. Terpaan iklan diukur menggunakan tiga dimensi yaitu frekuensi, durasi, intensitas, sedangkan perilaku diukur menggunakan dua dimensi yaitu bentuk aktif dan bentuk pasif. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa terpaan iklan *global warming* mempunyai kontribusi sebesar 46,1% terhadap perilaku masyarakat modern

Kata Kunci : perilaku masyarakat modern, terpaan iklan, *global warming*

***THE IMPACT OF ADVERTISING EXPOSURE OF GLOBAL WARMING AGAINST
THE BEHAVIOR OF MODERN SOCIETY (SURVEY ON THE RESIDENTS OF THE
VILLAGE OF BANGKA, SOUTH JAKARTA)***

Aji Darmawan Saputra

ABSTRACT

Global warming is an issue that is related to an increase in the average temperature of the earth over the years or better known as global warming. To promote the prevention of global warming is carried out using the ads. The purpose of this research is to know the impact of the global warming ads blow against the behavior of modern society. The theory used in this research is the theory ofSOR (Stimulus Organism Response) this theory explains how the response if the public were given exposure to advertising the global warming. Population researchers select is a villageBangka, South Jakarta, where in the year 2016 village Bangka get Qlue award, where the village of Bangka actively accommodate complaints about environmental issues through the application and Qlue solve the problem. Population of village Bangka as much of 23,397 people. Using the formula yamane then obtained the number of 100 samples. This study used a questionnaire to get the data spread. Ad exposure is measured using three dimensions, namely the frequency, duration, intensity, while the behavior is measured using a two dimensional shape that is active and passive forms. The results of the regression analysis showed that exposure to advertising global warming has amounted to 46.1% contribution towards the behavior of modern society

Key words: *behavior of modern society, exposure to advertising, global warming*