

**PERBANDINGAN SIKAP MENGENAI IKLAN MEIKARTA VERSI “INI  
CERITAKU” DAN “AKU INGIN PINDAH KE MEIKARTA” PADA MEDIA  
YOUTUBE**

**Ade Ermanto**

**Abstrak**

Dalam penelitian ini menjelaskan tentang Meikarta yang disebut sebagai kota baru yang terletak di Cikarang, dengan menjabarkan informasi mengenai Meikarta yang mengandung sisi positif dan negatif. Penulis ingin meneliti sikap warga mengenai Iklan Meikarta versi “ini ceritaku dan aku ingin pindah ke Meikarta” yang diiklankan melalui media *youtube*, karena kedua iklan ini memiliki konsep iklan yang berbeda yang dapat menarik perhatian khalayak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan sikap mengenai iklan Meikarta versi “ ini ceritaku dan aku ingin pergi ke Meikarta” pada media *youtube*. Penulis menggunakan teori perbedaan individu (*Individual Differences Theory*). Pendekatan penelitian ini menggunakan kuantitatif, jenis penelitian ini menggunakan komparatif, dan metode penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah kepala keluarga daerah Jakarta Selatan sebanyak 524.295 jiwa dan sampel yang didapat menggunakan rumus Yamane sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah pada uji beda berpasangan diperoleh bahwa terdapat perbedaan yang signifikan sikap warga mengenai iklan Meikarta versi “ ini ceritaku” dan “aku ingin pindah ke Meikarta” pada media *youtube*. Dalam penelitian ini perbedaan individu berperan terhadap adanya perbedaan sikap mengenai iklan Meikarta dengan versi yang berbeda.

**Kata Kunci:** Perbandingan, Sikap, Iklan.

**COMPARISON OF ATTITUDE TOWARDS MEIKARTA ADS ON YOUTUBE  
VERSION "INI CERITAKU" AND "AKU INGIN PINDAH KE MEIKARTA"**

**Ade Ermanto**

***Abstrack***

*In this research explains about Meikarta which is called as new city located in Cikarang, by describing information about Meikarta containing positive and negative side. The author wants to examine the attitudes of citizens about the Meikarta Ads version of "this is my story and I want to move to Meikarta" advertised through youtube media, because these two ads have different advertising concepts that can attract the attention of audiences. The purpose of this research is to know whether there is any difference of attitude about Meikarta advertisement version "this is my story and I want to go to Meikarta" on youtube media. The author uses the theory of individual differences (Individual Differences Theory). This research approach using quantitative, this type of research using comparative, and this research method using survey method. The population in this research is the number of head of family of South Jakarta area as much as 524.295 soul and the sample obtained using Yamane formula as many as 100 respondents. The result of this research is in paired difference test, it is found that there is significant difference of citizen attitude about Meikarta advertisement version "this is my story" and "I want to move to Meikarta" on youtube media. In this study, individual differences contribute to different attitudes about Meikarta ads with different versions.*

**Keywords :** *Comparison, Atittude, and Ads*