

# **PENGARUH PESAN IKLAN SUSU HILO TEEN VERSI 'TUMBUH SAMA-SAMA' DI TELEVISI TERHADAP SIKAP PENTINGNYA MENGGONSUMSI SUSU (SURVEI KELAS 1 DAN 2 SMA NEGERI 5 DEPOK)**

**Annisa AbdaNastaeny**

## **Abstrak**

**Latar belakang** penelitian skripsi ini untuk mengetahui adakah pengaruh pesan iklan susu Hilo Teen versi 'Tumbuh Sama-Sama' di televesi terhadap sikap pentingnya mengkonsumsi susu. **Jenis penelitian** ini adalah survei eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Responden dari penelitian ini adalah Siswa-siswi kelas 1 dan 2 SMA Negeri 5 Depok yang berjumlah 72 siswa dan penarikan sampelnya menggunakan *stratified random sampling*. **Metode Analisis Data** menggunakan metode analisis data bivariat. Pertama pengumpulan data menggunakan kuesioner, kemudian dihitung menggunakan rumus *Pearson Product Mommment* untuk mengetahui hubungan variabel X dan variabel Y, yang kemudian dilakukan uji regresi untuk mengetahui tingkat pengaruhnya yang nantinya disimpulkan hipotesis mana yang diterima dengan mengacu pada tabel t. **Hasil penelitian** menunjukkan bahwa ada pengaruh yang cukup berarti dan positif pesan iklan susu Hilo Teen versi 'Tumbuh Sama-Sama' di televisi terhadap sikap pentingnya mengkonsumsi susu. **Kesimpulan** bahwa pesan iklan susu Hilo Teen terhadap sikap pentingnya mengkonsumsi susu, yaitu  $t$  hitung sebesar  $6.032 > t$  tabel  $1.66691$ .

**Kata Kunci** : Pesan Iklan, Hilo Teen, Sikap

# **THE INFLUENCE OF MESSAGE ADVERTISING MILK HILO TEEN VERSION 'GROWING EQUALLY' ON TELEVISION TO THE ATTITUDES THE IMPORTANCE OF CONSUMING MILK (SURVEY CLASS 1 AND 2 SMAN 5 DEPOK)**

**Annisa AbdaNastaeny**

## **Abstract**

**Background research** thesis is aimed to know is there any influence message advertising milk hilo teen version 'growing equally' in televesi to the attitudes the importance of consuming milk. **The kind of research** this is the survey eksplanatif by adopting quantitative. Respondents from the study is the class 1 and 2 public SMAN 5 depok which consisted of 72 students and taking the sampel using stratified random sampling. **The method of analysis** data using the method of analysis bivarit data. First data collection using a questionnaire , then calculated using formulas pearson product momment to know a variable x and variable y , then undergone a regression to determine the level of the impact that will be concluded hypothesis which received with reference to table t. **The research results** show that there is the influence of significant and positive message advertising milk hilo teen version 'growing equally' on television to the attitudes the importance of consuming milk. **The Conclusion** that the message advertising milk hilo teen to the attitudes the importance of consuming milk, that is, t count of 6.032 >t table 1.66691.

**Keywords:** Message Advertising, Hilo Teen, Attitude