

SUMMARY

INTENSITAS MENONTON IKLAN DI TELEVISI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA SMA AL-KAMAL JAKARTA BARAT

Created by DEVI NINA ASTRIA

Subject : INTENSITAS MENONTON IKLAN
Subject Alt : INTENSITAS MENONTON IKLAN
Keyword : INTENSITAS MENONTON IKLAN DI TELEVISI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA SMA AL-KAMAL JAKARTA BARAT

Description :

Pada masa remaja seseorang akan berusaha mencari identitas dirinya. Proses identifikasi remaja dalam masa perkembangannya berhasil dimanfaatkan pengiklan televisi untuk menciptakan kebergantungan pada produk yang diiklankan. Iklan televisi yang atraktif dengan kreasi pesan yang menarik mampu mempersuasi kaum remaja. Tujuan utama demonstrasi produk di televisi tentu saja diharapkan adanya perubahan sikap dan perilaku pada remaja. Salah satu dampak dari itu semua adalah munculnya perilaku konsumtif di kalangan remaja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tinggi-rendahnya intensitas menonton iklan di televisi, tinggi-rendahnya perilaku konsumtif, dan melihat hubungan intensitas menonton iklan di televisi dengan perilaku konsumtif. Jenis penelitiannya adalah kuantitatif yang bersifat non-eksperimental dengan menggunakan analisis koefisien korelasi Gamma. Sampel pada penelitian ini adalah siswa SMA Al-Kamal Jakarta Barat yang berjumlah 98 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan dengan alat ukur berupa kuesioner yang disusun berdasarkan teori Kasali (1995) untuk skala intensitas menonton iklan di televisi dan kuesioner yang disusun berdasarkan dimensi perilaku konsumtif dari Sumartono (2002) untuk skala perilaku konsumtif. Hasil dari uji coba diperoleh seluruh item valid untuk skala intensitas menonton iklan di televisi yaitu sebanyak 80 item dengan reliabilitas 0,967. Sedangkan untuk skala perilaku konsumtif sebanyak 37 item dari 60 item dengan reliabilitas 0,889.

Hasil dari penelitian diperoleh bahwa siswa SMA Al-Kamal cenderung memiliki intensitas menonton iklan di televisi rendah. Selain itu, siswa SMA Al-Kamal juga cenderung memiliki perilaku konsumtif rendah. Dari analisis uji korelasi Gamma diperoleh nilai $r=0,184$ yang menunjukkan hasil korelasi sangat rendah. Sedangkan nilai signifikansi adalah 0,281 ($>0,005$) artinya bahwa hubungan antara intensitas menonton iklan di televisi dengan perilaku konsumtif pada siswa SMA Al-Kamal Jakarta Barat tidak signifikan. Adanya korelasi yang sangat rendah pada penelitian ini dikarenakan masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada siswa SMA Al-Kamal selain faktor intensitas menonton iklan di televisi. Faktor-faktor tersebut antara lain jumlah uang saku dan faktor konformitas dengan teman sebaya.

Contributor : Olivia Tjandra W, M.Si., Psi

Date Create : 19/12/2013

Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-2006-71-063
Collection : 2006-71-063
Source : Perpustakaan Esa Unggul
Relation Collection Universitas Esa Unggul
COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : Copyright @2013 by UEU Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor