

**HUBUNGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT VERSI BAHAYA
MEROKOK TERHADAP SIKAP REMAJA PENGGUNA ROKOK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
ASADIL HAKIKI
044115561**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JANUARI 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Asadil Hakiki
NPM : 044115561
Judul : Hubungan Iklan Layanan Masyarakat Versi Bahaya Merokok Terhadap Sikap Remaja Pengguna Rokok

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom
NIK. 1.0616 049 761

Pembimbing II : Imani Satriani, M.Si
NIK. 1.0616 049 763

Pembaca : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si
NIK. 1.0715 022 649

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 07 Januari 2020

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



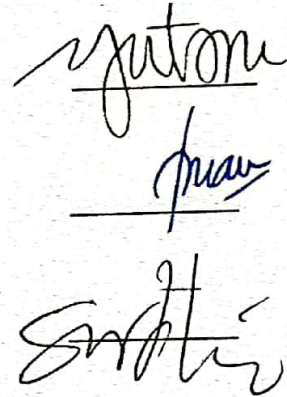
Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513



ABSTRAK

ASADIL HAKIKI. 044115561. 2019. Hubungan Iklan Layanan Masyarakat Versi Bahaya Merokok Terhadap Remaja Pengguna Rokok. Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: IntanTri Kusumaningtias M, Ikom dan Imani Satriani M. Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik masyarakat remaja pengguna rokok di SMK Bina Warga 1 Kota Bogor. Menjelaskan bagaimana konsep iklan layanan masyarakat versi bahaya merokok, mengidentifikasi bagaimana sikap remaja pada iklan layanan masyarakat versi bahaya merokok, dan menganalisis hubungan antara karakteristik remaja dengan konsep iklan, menganalisis hubungan karakteristik dengan sikap remaja pengguna rokok, serta menganalisis hubungan antara konsep iklan dengan sikap remaja pengguna rokok.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan cara penelitian survey. Penelitian ini dilakukan di SMK Bina Warga 1 Kota Bogor. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik random sampling dengan cara acak dan undian. Data kuantitatif disajikan dalam bentuk tabel frekuensi. Uji statistik disajikan dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 21. Uji korelasi menggunakan Rank Spearman untuk variabel yang berskala ordinal.

Menurut hasil penelitian korelasi antara karakteristik dengan dengan sikap remaja menunjukkan variabel yang berhubungan sangat nyata adalah usia dengan kognitif, jenis kelamin dengan sikap kognitif, afektif, dan konatif terdapat hubungan, uang saku dan konatif.

Hasil dari konsep iklan layanan masyarakat dengan sikap remaja menunjukkan terdapat hubungan slogan iklan dengan sikap kognitif, afektif, konatif dan pesan iklan dengan sikap kognitif, afektif, konatif.

Hasil penelitian korelasi anatara karakteristik dengan konsep iklan layanan masyarakat yang berhubungan adalah jenis kelamin dengan slogan, jenis kelamin dengan pesan, dan uang saku dengan pesan iklan.

Kata Kunci: Karakteristik Remaja, Sikap Remaja, Konsep Iklan.