

ABSTRAK

Pertumbuhan pembangunan di Indonesia khususnya sebagai negara yang sedang berkembang saat ini telah mengalami peningkatan. Melihat peningkatan tersebut, PT.SCG (*Siam Cement Group*) langsung melakukan langkah kongkrit dengan mendirikan suatu pabrik produksi yang pertama di Indonesia karena saat ini semen SCG masih didapat melalui cara impor dari Thailand, yang berlokasi tepat di Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat.

Dalam proses pembangunannya, PT.SCG (*Siam Cement Group*) memakai media iklan sebagai sarana sosialisasi dengan penduduk setempat. Adapun penelitian ini diteliti melalui metode kuantitatif karena peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh penggunaan media iklan PT.SCG (*Siam Cement Group*) terhadap sikap masyarakat Desa Sinar Resmi, Kecamatan Gunung Guruh, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Variabel independen yang diteliti adalah *billboard*, poster, dan spanduk sebagai media iklan sedangkan variabel dependen yang diteliti adalah sikap, yang terdiri dari afektif, kognitif, dan perilaku.

Populasi dalam penelitian ini adalah kepala rumah tangga yang merupakan bagian dari masyarakat sekitar Desa Sinar Resmi, Kecamatan Gunung Guruh, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, dengan sampel yang diambil sebanyak 297 responden dengan teknik *cluster area sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, regresi sederhana, koefisien determinasi, dan uji t.

Setelah dilakukan penelitian, responden memberikan tanggapan yang cukup efektif mengenai penggunaan media iklan dengan persentase 66%, dan responden memberikan tanggapan cukup efektif mengenai sikap dengan persentase 66.9%. Selanjutnya pengaruh penggunaan media iklan terhadap sikap masyarakat sebesar 75,6%. Koefisien regresi untuk sikap masyarakat sebesar 0,354 dan bertanda positif yang menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan pada media iklan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan sikap masyarakat sebesar 0,354 satuan.

Kata Kunci: Media Iklan, Sikap.