

HALAMAN ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik, kualitas pesan, dan frekuensi penayangan iklan layanan masyarakat bahaya rokok berjudul “Rokok Menghancurkan Tubuhmu” terhadap sikap perokok di Kota Bandung secara simultan dan parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil Uji F terdapat hubungan atau pengaruh secara signifikan antara daya tarik iklan (X1), kualitas pesan iklan (X2) dan frekuensi penayangan iklan (X3) terhadap Sikap (Y) dikarenakan $F_{hitung} 70,089 > F_{tabel} 2,699$. Dari hasil Uji T daya tarik iklan (X1) berpengaruh terhadap Sikap (Y) karena diperoleh nilai T_{hitung} sebesar $4,695 > T_{tabel} 1,984$; kualitas pesan iklan (X2) berpengaruh terhadap Sikap (Y) karena diperoleh nilai T_{hitung} sebesar $3,437 > T_{tabel} 1,984$; frekuensi penayangan iklan (X3) berpengaruh terhadap Sikap (Y) karena diperoleh nilai T_{hitung} sebesar $4,627 > T_{tabel} 1,984$. Dari perhitungan koefisien determinasi secara simultan didapatkan hasil bahwa besarnya pengaruh ketiga variabel bebas terhadap variabel47,19%, sedangkan sisanya sebesar 52,80 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.. Kesimpulannya penayangan iklan layanan masyarakat dilaksanakan dengan baik, namun masih kurang dalam hal frekuensi penayangannya. Perlu dilakukan penayangan iklan di media lain untuk meningkatkan efektivitas.

Kata kunci: daya tarik iklan, kualitas pesan iklan, frekuensi penayangan iklan, sikap