

ABSTRACT

This research aims to identify, measure and analyze the influence of advertising media against early marriage and its implications on the decision to participate in Planned Generation Program in Makassar Village, East Jakarta. This research using the method of quantitative analysis. Data retrieval method using the sampling technique in simple random sampling, with the number of samples obtained 86 (eighty-six) of the respondents. The method used is path analysis. The results showed that media advertising each individually nor together significant influence on early marriage and the participation in Planned Generation Program.

Keywords : Media Advertising , early marriage and Participation



ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mengukur dan menganalisa pengaruh media iklan terhadap pernikahan dini dan implikasinya pada keputusan berpartisipasi dalam Program GenRe pada remaja di Kampung Makassar, Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Data yang digunakan menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data menggunakan teknik sampling, dengan jumlah sampel yang diperoleh 86 (delapan puluh enam) responden. Metode yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media iklan masing-masing secara individual maupun secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap pernikahan dini dan terhadap partisipasi program GenRe.

Kata Kunci : Media Iklan, Pernikahan dini dan Partisipasi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA