

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SABUN CUCI TANGAN DETTOL TERHADAP SIKAP AKAN KESADARAAN MENCUCI TANGAN ANAK DI SDN JELAMBAR BARU 09 PAGI**

Jumlah Halaman : 96 Isi + 9 Lampiran

Bibliografi : 30 Acuan, Tahun 1992 - 2013

**ABSTRAK**

Tujuan dari iklan sabun cuci tangan Dettol adalah untuk memperkenalkan, mengingatkan, dan mempengaruhi masyarakat agar menggunakan barang yang ditawarkan oleh pihak perusahaan. Isi dari iklan sabun cuci tangan Dettol ini adalah agar masyarakat khususnya anak-anak memiliki kebiasaan baik untuk mengurangi penyebab kuman penyakit dengan mencuci tangan sebelum dan sesudah melakukan kegiatan. Sehingga melindungi kulit dari kuman penyakit. Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan sabun cuci tangan Dettol terhadap sikap kesadaran mencuci tangan anak SD di SDN Jelambar Baru 09 Pagi.

Penelitian ini melihat efek komunikasi massa yang mempengaruhi sikap. Konsep penelitian ini mengacu pada konsep terpaan media menurut Alo Liliweri yaitu. Terpaan media ada 3: (1) isi pesan, (2) daya tarik iklan (rasional, emosional, moral), dan (3) intensitas penayangan. Dan konsep sikap dibentuk oleh 3 komponen, yaitu: (1) kognitif, (2) afektif, dan (3) konatif.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan survei untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Total Sampling untuk teknik penarikan sampel. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 114 anak, dan sampel yang digunakan keseluruhan dari populasi yaitu 114 responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang di analisis menggunakan uji regresi sebesar 42,1% yang artinya terpaan iklan sabun cuci tangan Dettol di SDN Jelambar Baru 09 Pagi memberikan dampak positif tetapi bukan satu-satunya variabel yang menentukan negatif dan positifnya sikap di SDN Jelabbar Baru 09 Pagi. Hasil uji korelasi sebesar 0,649 menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel.

Keywords: Terpaan Iklan, Sikap