

RINGKESAN

Panalungtikan ieu ngagaduhan judul **PENGARUH IKLAN TELEVISI ALFAMART X GO-PAY INDONESIA TERHADAP SIKAP POSITIF MAHASISWA**. Ngemutan seeurna pegguna televisi di Indonesia sareng seeurna perusahaan atawa organisasi anu tertarik masang iklan boh eta produk atawa jasa di televisi, salah sahijina nyaeta layanan jasa pamayaran digital GO-PAY anu ngembang di Indonesia.

Panalungtikan ieu ngagaduhan tujuan kanggo nerangkeun aya pengaruh antara iklan televisi anu ditayangkeun Alfamart X GO-PAY dina sipat positif mahasiswa, kusabab aspek anu pangpentingna dina ngawangun hiji program anu efektif ieu ngarti kana sikap khalayak anu aya pengaruh kana jasa sareng kumaha promosi ieu tiasa masihan pengaruh kana sikap positif mahasiswa ku cara diukur ku tilu aspek nyaeta kognitif, afektif, sareng konatif.

Metode ieu panalungtik anggo dilebeut panalungtikan ieu nyaeta nganggp metode panalungtikan kuantitatif anu ngagunakeun teori Stimulus – Organism – Respons (S-O-R) tina Effendy dina bukuna Ilmu Teori sareng Filsafat Komunikasi. Ku metode kuantitatif ieu panalungtik tiasa ngalaunan data ngagunakeun teknik distribusi angket sangkan data tiasa ngalengkepan ieu panalungtikan. Kitu oge nhasilkeun data peringatan dina wujud panjelasan ti sadayana responden anu kaitana sareng hasil panalungtikan ieu.

Hasil anu dimeunangkeun tina panalungtikan ieu nyaeta ayana pengaruh penting tina komponen video bari pikeun komponen audio pengaruh kirang signifikan ti tayangan iklan televisi dina sikap positif mahasiswa. Pengaruh ieu kantenan atos diukur ngaliwatan sababaraha mahasiswa ti tahap perhatian dugi ka tahap aksi langsung / kecap.

Dumasar kana hasil pangenggalan dina pangajaran ieu, aya sababaraha saran anu dicandak dina pangilikan ieu, aya komponen sareng kualitas iklan kedah diperhatoskeun ku pausahaan. Utamana ku ningkatkeun kualitas video sareng audio, ku kituna panongton atanapi pamakena bakal langkung ngagentoskeun produk.

Kecap Konci: Iklan, Sipat Positif, Alfamart X GO-PAY