

ABSTRAK

Lygar Arisma Pratami Dewi: “Pengaruh Iklan Pada Media Massa Televisi Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa” (Kasus Pada Mahasiswa Sosiologi Fisip UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2017).

Latar belakang penelitian ini yaitu dari media massa yang menjadi bagian dari masyarakat telah banyak digunakan selain sebagai media informasi dan hiburan, juga sebagai media persuasi. Dalam hal ini peneliti melihat pada terpaan iklan televisi yang menjadi bagian daripada upaya mempromosikan barang dan jasa dari produsen kepada khalayak sebagai konsumen. Maka, dari hal tersebut peneliti tergugah untuk mengetahui lebih dalam apakah iklan pada media massa televisi yang lebih banyak mengadung iklan komersil dan menjadi bagian daripada kegiatan ekonomi, dapat mempengaruhi terhadap perilaku mahasiswa sebagai remaja yang dapat menimbulkan sifat konsumtif yang terbiasa dilakukan hingga akhirnya menjadi gaya hidup. Maka dari hal tersebut, peneliti memilih mahasiswa Sosiologi Fisip UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2017, sebagai sasaran atau objek dalam penelitian ini

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Jarum Suntik Hipodermik dan juga Teori Pertukaran Sosial dari George C. Homans. Teori Jarum Suntik Hipodermik menyatakan bahwa khalayak dianggap sebagai *mass audience* yang pasif dan tidak berdaya. Sedangkan Teori Pertukaran sosial George C. Homans mendasarkan diri pada premis bahwa perilaku harus dipahami sebagai sebuah pertukaran sumberdaya yang bernilai.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode survei. Metode deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Sedangkan metode survei yaitu penggunaan instrumen penelitian seperti angket/kuesioner, untuk mengetahui informasi seputar sampel. Karena jumlah populasi cukup banyak yaitu sebesar 216 orang, maka peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan rumus slovin dengan *error* sebesar 10% untuk mengetahui jumlah sampel, maka di dapati yaitu 68 orang yang menjadi sampel yang mewakili anggota populasi.

Hasil dari penelitian ini yaitu, diterimanya H_1 dan ditolaknya H_0 , dalam hal ini berarti adanya Pengaruh Iklan Pada Media Massa Televisi Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa. Hal tersebut diketahui berdasarkan uji t , dimana t_{hitung} sebesar $7,463 > t_{tabel}$ yaitu 1,997. Besarnya pengaruh Iklan Pada Media Massa Televisi terhadap Gaya Hidup Konsumtif yaitu sebesar 45,8, hal tersebut diketahui dengan uji koefisien determinasi dengan menggunakan *SPSS for windows versi 20*.

Gaya hidup konsumtif mahasiswa akibat diterpa iklan pada media massa televisi dilihat dari jumlah kepemilikan barang seperti mahasiswi yang memiliki jumlah alat kecantikan dengan merk yang berbeda dan *gadget* lebih dari satu. Dan laki-laki lebih terlihat pada *gadget* saja, mereka lebih cenderung memiliki lebih dari satu *gadget*, meskipun salah satunya masih bisa terpakai.