

ABSTRAK

PT. Hutchison CP Telecommunications (“HCPT”) mengenalkan produknya “3” (Tri) dengan cara menawarkan tarif dan produk yang berkualitas dan inovatif dengan pengembangan cakupan layanan yang sangat pesat guna menjadi operator dengan cakupan layanan nasional terkemuka di Indonesia.

Salah satu iklan Tri bertemakan Always On “bebas itu nyata” dijadikan penelitian oleh penulis. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 5 Kelas X dan XI Tangerang Selatan. Dan sampel yang diambil sebanyak 81 responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling*.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil akhir dari penelitian ini dapat diketahui bahwa subvariabel video (X1) memiliki pengaruh sebesar 0,711 terhadap sikap (Y) dan subvariabel audio (X2) memiliki pengaruh sebesar 0,744 terhadap sikap (Y).

Kata Kunci: Iklan Televisi, Video, Audio, Sikap