

PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TERHADAP INTENSI MINAT UNTUK MAKAN IKAN PADA BALITA DI INDONESIA

Nama : Fasya Mazaya Sidqi M.
NIM : 1203200022
Pembimbing : 1. Rizqa Amelia Zunaidi
2. Perdana Suteja Putra

ABSTRAK

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan oleh pemerintah untuk mempromosikan maupun sebagai media untuk mengajak masyarakat untuk mengubah kebiasaan. Kementerian Kelautan dan Perikanan memiliki program kerja untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya konsumsi ikan bagi gizi masyarakat. Penelitian ini menguji pengaruh iklan layanan masyarakat Gemarikan dengan intensi minat makan ikan untuk pencegahan *stunting*. Fokus penelitian ini untuk menyelidiki peran perhatian individu, pengawasan informasi, elaborasi, perilaku kehati-hatian terhadap *stunting* dan juga fitur demografis (jenis pekerjaan, kelompok umur). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) karena merupakan teknik analisis multivariat yang bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model. Temuan menunjukkan bahwa perhatian, pengawasan informasi, dan elaborasi berhubungan dengan ILM. Selain itu, perhatian dan pengawasan informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pencegahan *stunting*, sedangkan elaborasi memiliki hubungan dengan pencegahan *stunting*.

Kata kunci: Perhatian, Pengawasan Informasi, Elaborasi, Pencegahan *Stunting*