

## ABSTRAK

Penelitian ini mengenai **Daya Tarik Iklan Televisi Produk You C-1000**. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui informasi yang diberikan melalui media televisi sudah cukup jelas dan mempengaruhi daya tarik iklan produk You C-1000. Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah daya tarik iklan televisi ini berpengaruh pada produk You C-1000 yang akan diteliti dengan menggunakan pendekatan dari suara, musik, cahaya, gambar, model, alur cerita/plot, durasi iklan, dan warna dalam iklan tersebut. Penelitian ini menggunakan 96 sampel dengan memakai kuisioner sebagai data untuk mengetahui hasil dari koresponden mengenai daya tarik iklan produk You C-1000. Data ini dianalisis dengan menggunakan SPSS sebagai alat analisis statistik. Penelitian ini menemukan bahwa 1) Berdasarkan jenis kelamin perempuan memiliki presentase lebih tinggi dalam melihat iklan You C-1000. 2) Berdasarkan usia pada range 18-21 tahun memiliki presentase tertinggi melihat iklan televisi. 3) Secara umum daya tarik iklan televisi produk You C-1000 masuk dalam kategori tinggi/menarik. 4) Dimensi model iklan You C-1000 memiliki skor daya tarik tertinggi. 5) Dimensi durasi iklan You C-1000 memiliki skor daya tarik terendah. 6) Dimensi durasi iklan untuk item 2 yang menyatakan tidak mengganggu acara televisi memiliki skor terendah dari keseluruhan item.

Kata kunci : *Daya tarik, Iklan, Televisi, Produk.*

## ABSTRACT

This research is about **Television Commercial Attractions on You C-1000 Product**. The general purpose is to discover the information given by the television media has clearly affected the attraction of You C-1000 Product commercials. The specific purpose of this research is to discover whether the commercial attraction affects You C-1000 product that will be investigated using approaches like sound, music, lights, pictures, models, plot, commercial duration, and the colors in the commercials. This research used 96 samples using questioners as the data to know correspondent's results. The data then will be analyzed using SPSS as statistic analysis tool. This research discovered that 1) By sex women have a higher precentage of seeing the You C-1000 ads. 2) By the age range 18-21 years old have the highest percentage of seeing You C-1000 ads. 3) The general appeal of television commercials You C-1000 products catagorized as high. 4) Model dimension of You C-1000 ads have the highest attraction score. 5) Duration dimation of You C-1000 ads have the lowest attraction score. 6) Duration dimation of the ads for item 2 that claims that it wont affect television show have the lowest score from all item.

Keywords : Attractions, Commercial, Television, Product