

Pengukuran variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini mengacu pada peneliti terdahulu dengan penyesuaian. Pengukuran variabel dibuat dalam skala Likert 5 point dari sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5).

Pesan iklan diukur dengan indikator persepsi pesan iklan dan terdiri dari dua item yaitu kemudahan mengingat slogan iklan dan citra isi iklan baik (Champman dan Fitaggerald, 1982; Pott dan Herbert, 1986). Dari hasil pengujian validitas (dengan melihat angka *corrected item to total correlation*) ditemukan bahwa kedua item tsb semuanya valid. Nilai *Alpha Cronbach* untuk masing-masing merek rokok berkisar antara 0,6023-0,6950 sehingga dinyatakan reliabel.

Pentargetan diukur dengan indikator pentargetan pesan iklan dan terdiri dari dua item yaitu pesan iklan pada majalah kawula muda dan pesan iklan pada generasi muda (Albright *et al.*, 1988). Dari hasil pengujian validitas (dengan melihat angka *corrected item to total correlation*) ditemukan bahwa kedua item tsb semuanya valid. Nilai *Alpha Cronbach* untuk masing-masing merek rokok berkisar antara 0,7038-0,8786 sehingga dinyatakan reliabel.

Model iklan, diukur dengan indikator daya tarik model dan terdiri dari dua item yaitu foto wajah menarik dan kesesuaian usia bintang dengan iklan (Cross & Cross, 1971; Clark, 1986). Dari hasil pengujian validitas (dengan melihat angka *corrected item to total correlation*) ditemukan bahwa kedua item tsb semuanya valid. Nilai *Alpha Cronbach* untuk semua masing-masing merek rokok berkisar antara 0,6934-0,8619 sehingga dinyatakan reliabel.

Analisis Data

Pengujian terhadap hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan ANOVA, Chi-Square dan uji Mann-Whitney.

Hasil

Bintang iklan dalam iklan rokok merek rokok Djarum Super, Mezzo, Gudang Garam Merah dan Star Mild dipersepsi oleh konsumen berusia muda (< 25 tahun). Hal itu berarti pemasangan iklan sedikit melanggar kode etik iklan, tetapi iklan rokok Marlboro mayoritas konsumennya menyatakan usia bintang iklan lebih dari 25 tahun.

Pesan iklan dari kelima merek rokok yang mudah diingat yaitu iklan rokok Gudang Garam Merah dengan "buktikan merahmu". Sedangkan untuk pesan citra isi iklan yang baik yaitu iklan rokok Djarum Super yang menggambarkan "petualangan".

Pentargetan pesan iklan pada majalah kawula muda dari kelima merek rokok yaitu iklan rokok Star Mild yang dimuat pada majalah bola dan Swa. Sedangkan pentargetan pesan pada generasi muda yaitu iklan rokok Star Mild pesannya "bikin hidup lebih hidup". Pesan ini menggugah emosi kawula muda.

Daya tarik foto wajah dari kelima merek rokok yaitu pada iklan rokok Star Mild dimana iklannya menampilkan foto wajah seorang perempuan yang cantik. Sedangkan usia bintang