

## ABSTRAK

Periklanan merupakan suatu kegiatan yang pada intinya hendak memperkenalkan produk kepada khalayak dan menjual produk di khalayak. Banyak sekali media-media periklanan yang sering dijumpai, salah satunya adalah televisi. Televisi merupakan alat penyiaran yang kini sudah sangat sering dijumpai di masyarakat. Iklan yang ditayangkan di televisi secara tidak sadar mampu mempengaruhi untuk melakukan pembelian. Produk kamera yang diiklankan di televisi salah satunya adalah Canon EOS 650D, Canon EOS 650D merupakan kamera DSLR yang sangat mudah pengoperasiannya dan membuat konsumen memilikinya dan membuat niat untuk membentuk suatu komunitas penggemar Fotografi yaitu FORKOM Yogyakarta. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan terpaan iklan kamera DSLR Canon EOS 650D di televisi terhadap Minat beli di komunitas FORKOM Yogyakarta yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan kamera DSLR Canon EOS 650D di televisi terhadap keputusan membeli di komunitas FORKOM Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan Teori Jarum hipodermik dan Model AIDDA yang keduanya sama-sama membahas efek yang ditimbulkan oleh tayangan iklan di televisi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada objek penelitian. Hasil penelitian yang menyatakan  $r$  sebesar 0,423 yang menyatakan terdapat hubungan yang searah antara variabel X dengan variabel Y, menandakan bahwa terpaan iklan mempunyai peran. Keeratan hubungan termasuk dalam kategori sedang karena  $\geq 0,40 \rightarrow < 0,70$ . Terpaan iklan mempunyai pengaruh sebesar 0,179 atau 17,9%, dan hipotesis menyatakan bahwa “Terpaan Iklan kamera DSLR Canon EOS 650D di Televisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli pada komunitas FORKOM Yogyakarta” dikarenakan pada taraf signifikansi 0.05 dengan derajat kebebasan  $df (n-k-1)$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 2.472,  $t_{hitung}$  diperoleh sebesar 2.028. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ ,  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ;  $2.028 < 2.472$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## ABSTRACT

Advertising is an activity that at its core is about to introduce the product to the audience and sell products in a wider audience. An awful lot of the media-advertising media which are often encountered, one of them is speaking in television. Television is the broadcasting tool which is now already very frequently encountered in the community. Ads served on television unconsciously able to influence us to make a purchase. Products camera that is advertised on television one is Canon EOS 650d, Canon EOS 650d is camera DSLR really easy operate and make consumers have it and make intention to form a community a photography enthusiast namely FORKOM Yogyakarta. Problems taken up in this research is there a positive influence and significant of advertising DSLR camera EOS 650d on television against interest bought in community FORKOM Yogyakarta which aims to determine the effect of attack advertising camera DSLR canon eos 650d on television of the decision buy on community mio2an yogyakarta. This research uses a hypodermic needle Theory and AIDDA they both discuss the effects posed by impressions advertising on television. The methods used in this research is quantitative methods, data obtained by means of a questionnaire to spread the research object. Research results are expressed  $r$  as big as 0,423 which States there is a direct relationship between variables X and Y variables, indicating that exposure to the advertising had a role. Close relations category is because  $\geq 0,40 \rightarrow < 0,70$ . Attack of advertising have an influence of 0,179 or 17.9%, and the hypothesis States that "attack Advertising of Canon EOS DSLR camera 650D on television influence positively and significantly to buy Interests in the community of FORKOM, Yogyakarta" Because in significance standards of 0.05 degrees of freedom (n-k-1) retrieved. Obtained  $t_{table}$  as much as 2.472  $t_{count}$  obtained by 2.472. And than  $t_{count}$  smaller than dari  $t_{table}$ ,  $t_{count} < t_{table}$  ; 2.028 < 2472, than  $H_0$  accepted  $H_a$  rejected.