

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI INDOSIAR TENTANG HOAKS TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG ATAS INFORMASI YANG BEREDAR DI MEDIA SOSIAL**

**Oleh**

**JESICA MANTOVANY**

Tujuan dilakukan penelitian ini yakni untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan layanan masyarakat oleh Indosiar tentang informasi hoaks terhadap pembentukan sikap Mahasiswa FISIP Universitas Lampung. Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni mahasiswa Fisip Universitas Lampung dengan didapatkan sampel penelitian yakni sebanyak 100 responden. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Analisis data menggunakan uji normalitas, uji homogenitas dan uji manova. Berdasarkan hasil uji hipotesis *Wilk's Lambda* pada penelitian didapatkan hasil nilai signifikansi pada ketiga hipotesis sebesar 0,000, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa Iklan layanan masyarakat yang ditayangkan oleh Indosiar tentang hoaks berpengaruh positif terhadap pembentukan sikap aspek kognitif, afektif dan konatif mahasiswa sehingga ketiga hipotesis diterima.

**Kata Kunci :** Iklan Layanan Masyarakat, Informasi Hoaks, Pembentukan Sikap

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF COMMUNITY SERVICE ADVERTISING IN INDOSIAR CONCERNING HOAXES ON THE FORMATION OF THE ATTITUDE OF LAMPUNG UNIVERSITY FISIP STUDENTS TO THE INFORMATION CIRCULATING ON SOCIAL MEDIA

By

JESICA MANTOVANY

*The aim of this research is to determine and analyze the influence of public service advertisements by Indosiar regarding hoax information on the formation of attitudes of FISIP University of Lampung students. The type of research used is descriptive research with a quantitative approach. The population used in this research were students from the Faculty of Social and Political Sciences at the University of Lampung with a research sample of 100 respondents. Test the research instrument using validity and reliability tests. Test Data analysis uses normality test, homogeneity test and MANOVA test. Based on the results of the Wilk's Lambda hypothesis test in the research, the significance value for the three hypotheses was 0.000, where these results showed that the public service advertisements broadcast by Indosiar about hoaxes had a positive effect on the formation of students' cognitive, affective and conative attitudes so that the three hypotheses were accepted.*

**Keywords:** *Public Service Advertisements, Hoax Information, Attitude Formation.*