



**Pengaruh Tayangan Iklan Oreo Versi Animasi Terhadap  
Minat Beli Siswa dan Siswi MI. Fatahillah Jakarta  
Selatan**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1  
(S1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising**

Disusun Oleh :

**RIZKY RIZALI WARDANA**

**44313010047**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2015**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING**

**LEMBAR PERSETJUAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Rizky Rizali Wardana  
Nim : 44313010047  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Marketing Communication and Advertising  
Judul : Pengaruh Tayangan Iklan Oreo Versi Animasi Terhadap Minat  
Beli Siswa-Siswi MI. Fatahillah Jakarta Selatan

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, Oktober 2015

Menyetujui.

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **PENGARUH TAYANGAN IKLAN OREO VERSI ANIMASI  
TERHADAP MINAT BELI SISWA-SISWI  
ML. FATAHILLAH JAKARTA SELATAN**

Nama : Rizky Rizali Wardana

Nim : 44313010047

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Oktober 2015

Ketua Sidang, **UNIVERSITAS**  
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si. (.....)

Penguji Ahli,  
Drs. Dadan Iskandar, M.Si. (.....)

Pembimbing  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **PENGARUH TAYANGAN IKLAN OREO VERSI ANIMASI  
TERHADAP MINAT BELI SISWA-SISWI  
MI. FATAHILLAH JAKARTA SELATAN**

Nama : Rizky Rizali Wardana

Nim : 44313010047

Fakultas : Ilmu Komunikasi

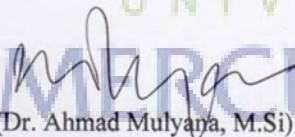
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

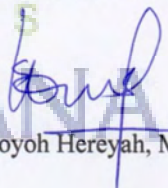
Jakarta, Oktober 2015

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

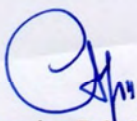
**Ketua Bidang Studi Marcomm**

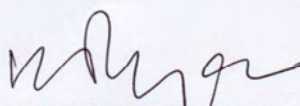
  
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

  
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

  
(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

  
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizky Rizali Wardana

NIM : 44313010047

Jurusan : Marketing Communication and Advertising

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH TAYANGAN IKLAN OREO VERSI ANIMASI TERHADAP  
MINAT BELI SISWA-SISWI MI. FATAHILLAH JAKARTA SELATAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis ataupun yang diterbitkan oleh orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Oktober 2015

Yang menyatakan,



METERAI  
TEMPEL  
5000  
LIMA RIBU RUPIAH

Rizky Rizali Wardana

NIM. 44313010043

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti diberikan kekuatan dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang peneliti angkat adalah **Pengaruh Tayangan Iklan Oreo Versi Animasi Terhadap Minat Beli Siswa-Siswi MI. Fatahillah Jakarta Selatan.**

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) Komunikasi bidang *Marketing Communication and Advertising*. Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya doa, bimbingan, dukungan, motivasi dan semangat, skripsi ini tidak akan berjalan lancar sesuai dengan perencanaan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku dosen pembimbing, terima kasih atas bimbingan, arahan, saran, dukungan dan kesabaran yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Marketing Communication and Advertising* Universitas Mercu Buana.
3. Bapak H. Syamsyudin S.Pd, Bu Umi, Bu Khuriyah dan Bapak Fahrizal yang telah memberikan kesempatan dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan selama proses penelitian ini berlangsung.
4. Orang tua tercinta, terima kasih sebesar-besarnya atas doa dan pengorbanan yang telah engkau berikan, semoga setiap butir peluh yang

engkau jatuhkan dapat menjadi saksi ibadah yang dapat mengantarkan kalian ke surga Allah SWT kelak.

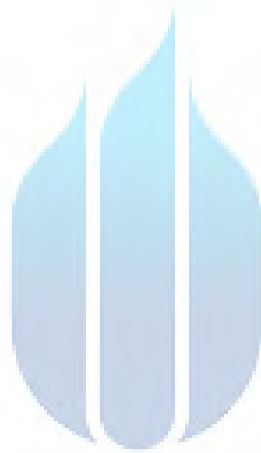
5. Keluarga tercinta, adik dan kakak yang saya banggakan, terima kasih atas dukungan dan keceriaan yang selalu kalian berikan..
6. Teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi yang namanya tidak bisa peneliti tuliskan satu-persatu, semoga kelak kalian menjadi orang-orang yang berguna.
7. Teman-teman *Marching Band* Bungong Pala Meuligo Selatan yang ada di ujung barat Indonesia, terima kasih atas dukungan serta semangat yang senantiasa kalian berikan kepada penulis
8. Teman-teman satu profesi Rahmat, Hakiki, Nadrah, Pak Yurist dan Rifa, terima kasih atas perhatiannya dan semangat yang kalian berikan selama proses penyusunan berlangsung.
9. Mira Rieva Sukma, terima kasih atas semangat, perhatian dan kepedulian yang dicurahkan, sehingga peneliti dapat selalu menjalankan tugasnya dengan baik tanpa kendala yang berarti.

Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata, semoga skripsi ini berguna bagi peneliti dan para pembaca

Tangerang, Oktober 2015

Rizky Rizali Wardana



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                       | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>           | <b>ii</b>  |
| <b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>    | <b>iii</b> |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b> | <b>iv</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>   | <b>v</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                       | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                           | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                        | <b>xii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                        | <b>xiv</b> |
| <b>ABSTRAK.....</b>                              | <b>xv</b>  |
| <br>   |            |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                    | <b>1</b>   |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian .....             | 1          |
| 1.2. Perumusan Masalah .....                     | 6          |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                      | 6          |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                     | 7          |
| <br>   |            |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>             | <b>9</b>   |
| 2.1 Komunikasi .....                             | 9          |
| 2.2 Proses Komunikasi .....                      | 10         |
| 2.2.1 Efek dan Pengaruh Komunikasi .....         | 11         |
| 2.3 Periklanan.....                              | 13         |
| 2.3.1 Periklanan Sebagai Sebuah Komunikasi.....  | 15         |
| 2.4 Fungsi Periklanan .....                      | 16         |
| 2.5 Media Iklan .....                            | 18         |
| 2.5.1 Jenis Media Iklan .....                    | 18         |
| 2.5.2 Media Iklan Televisi .....                 | 19         |
| 2.5.3 Karakter dan Sifat Media Televisi .....    | 20         |
| 2.5.4 Kekuatan dan Kelemahan Media Televisi..... | 22         |
| 2.5.5 Elemen Iklan Televisi .....                | 26         |
| 2.6 Minat Beli.....                              | 28         |
| 2.6.1 Tipe-Tipe Keterlibatan Konsumen .....      | 30         |
| 2.6.2 Indikator Minat beli .....                 | 31         |
| 2.7 Hipotesis.....                               | 34         |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 2.7.1 Kerangka Pemikiran..... | 34 |
|-------------------------------|----|

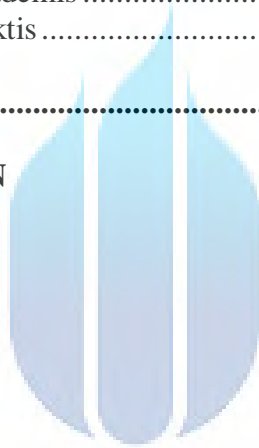
**BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 35**

|  |    |
|--|----|
| 3.1 Tipe Penelitian.....                     | 35 |
| 3.2 Metode Penelitian.....                   | 37 |
| 3.3 Populasi dan Sampel.....                 | 38 |
| 3.3.1 Populasi .....                         | 38 |
| 3.3.2 Sampel.....                            | 38 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....             | 40 |
| 3.5 Definisi Konsep.....                     | 40 |
| 3.5.1 Iklan Oreo Versi Animasi.....          | 40 |
| 3.5.2 Minat Beli.....                        | 41 |
| 3.6 Operasionalisasi Konsep.....             | 41 |
| 3.7 Teknik Analisa Data.....                 | 47 |
| 3.7.1 Skala Pengukuran Instrumen.....        | 47 |
| 3.7.2 Uji Validitas.....                     | 48 |
| 3.7.3 Uji Reliabilitas.....                  | 50 |
| 3.7.4 Uji Normalitas.....                    | 51 |
| 3.7.5 Uji Hipotesis.....                     | 51 |
| 3.7.6 Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 53 |
| 3.7.7 Analisis Koefisien Korelasi.....       | 54 |
| 3.7.8 Uji Determinasi.....                   | 55 |

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 56**

|   |    |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....           | 56 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan.....                | 56 |
| 4.1.2 <i>Brand Product Protofolio</i> ..... | 57 |
| 4.2 Hasil Penelitian.....                   | 59 |
| 4.2.1 Data Responden.....                   | 59 |
| 4.2.2 Variabel X Tayangan Iklan Oreo.....   | 61 |
| 4.2.2.1 <i>Frequency</i> .....              | 62 |
| 4.2.2.2 <i>Action Sequence</i> .....        | 63 |
| 4.2.2.3 <i>Setting</i> .....                | 64 |
| 4.2.2.4 <i>Copy</i> .....                   | 65 |
| 4.2.2.5 <i>Music</i> .....                  | 66 |
| 4.2.2.6 Evaluasi Kognitif.....              | 67 |
| 4.2.2.7 Penilaian Iklan.....                | 68 |
| 4.2.3 Variabel Y Minat Beli.....            | 69 |
| 4.2.3.1 Minat Transaksional.....            | 69 |
| 4.2.3.2 Minat Referensial.....              | 70 |
| 4.2.3.3 Minat Preferensial.....             | 71 |

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| 4.2.3.4 Minat Eksploratif ..... | 73        |
| 4.2.4 Analisa Perhitungan ..... | 76        |
| 4.2.4.1 Uji Normalitas.....     | 76        |
| 4.2.4.2 Analisis Regresi .....  | 77        |
| 4.2.4.3 Uji Korelasi.....       | 78        |
| 4.2.4.4 Uji-t .....             | 79        |
| 4.2.4.5 Uji Determinasi.....    | 80        |
| 4.3 Pembahasan.....             | 81        |
| <b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>   | <b>85</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....            | 85        |
| 5.2 Saran .....                 | 86        |
| 5.2.1 Saran Akademis .....      | 86        |
| 5.2.2 Saran Praktis .....       | 86        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>      | <b>88</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>        |           |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....                             | 42 |
| Tabel 3.2 Uji Validitas Tayangan Iklan Oreo .....                  | 49 |
| Tabel 3.3 Uji Validitas Minat Beli .....                           | 49 |
| Tabel 3.4 Uji Reliabilitas .....                                   | 50 |
| Tabel 3.5 Koefisien Korelasi.....                                  | 54 |
| Tabel 4.1 Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin .....                | 59 |
| Tabel 4.2 Demografi Berdasarkan Tingkatan Jenjang Pendidikan ..... | 60 |
| Tabel 4.3 Demografi Berdasarkan Usia.....                          | 60 |
| Tabel 4.4 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 1 .....                      | 62 |
| Tabel 4.5 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 2 .....                      | 63 |
| Tabel 4.6 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 3 .....                      | 64 |
| Tabel 4.7 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 4 .....                      | 65 |
| Tabel 4.8 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 5 .....                      | 66 |
| Tabel 4.9 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 6 .....                      | 67 |
| Tabel 4.10 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 7 .....                     | 68 |
| Tabel 4.11 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 8 .....                     | 69 |
| Tabel 4.12 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 9 .....                     | 70 |
| Tabel 4.13 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 10.....                     | 71 |
| Tabel 4.14 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 11.....                     | 72 |
| Tabel 4.15 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 12.....                     | 73 |
| Tabel 4.16 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 13.....                     | 74 |
| Tabel 4.17 Tabel Hasil Kuesioner Nomor 14.....                     | 75 |
| Tabel 4.18 Analisi Regresi .....                                   | 77 |
| Tabel 4.19 Uji Korelasi.....                                       | 78 |
| Tabel 4.20 Uji-t.....  | 79 |

Tabel 4.21 Uji Determinasi ..... 80



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Model Komunikasi S-O-R .....                   | 11 |
| Gambar 2.2 Model Bagan Pengaruh-Pengaruh Komunikasi ..... | 12 |
| Gambar 2.3 Proses Pertukaran .....                        | 15 |
| Gambar 4.1 Merek Dagang Perusahaan Mondelez Int. ....     | 57 |
| Gambar 4.2 Produk Oreo Dengan Logo Kraft .....            | 58 |
| Gambar 4.3 Uji Normalitas .....                           | 76 |

