



**PENGARUH TERPAAN IKLAN LINE BERTAJUK MINI
DRAMA ADA APA DENGAN CINTA (CAMPAIGN FITUR
FIND ALUMNI) TERHADAP MINAT PENGGUNAAN FITUR
FIND ALUMNI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

AULIA RATIH

44313120067

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

LEMBAR SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Ratih

NIM : 44313120067

Bidang Studi : Marketing Komunikasi (Marcomm and Advertising)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH TERPAAN IKLAN LINE BERTAJUK MINI DRAMA ADA APA DENGAN CINTA (*CAMPAIGN* FITUR FIND ALUMNI) TERHADAP MINAT PENGGUNAAN FITUR FIND ALUMNI.

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri sebagai salah satu syarat menjadi sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan dengan sumber seperti semestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima pembatalan kelulusan dan melakukan kembali penyusunan skripsi dari awal.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 23 Januari 2016



Aulia Ratih



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Terpaan Iklan Line Bertajuk Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (*Campaign* Fitur Find Alumni) Terhadap Minat Penggunaan Fitur Find Alumni
Nama : Aulia Ratih
NIM : 44313120067
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 23 Januari 2016

Mengetahui,
Pembimbing

(Razie Razak, S.Sos.M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Pengaruh Terpaan Iklan Line Bertajuk Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (*Campaign* Fitur Find Alumni) Terhadap Minat Penggunaan Fitur Find Alumni

Nama : Aulia Ratih

NIM : 44313120067

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 23 Januari 2016

Ketua Sidang,
Drs Dadan Iskandar, M.Si.



(.....)

Penguji Ahli,
S. Margaretha Niken R, S.Sos.M.Si.



(.....)

Pembimbing,
Razie Razak, S.Sos.M.Si.



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Terpaan Iklan Line Bertajuk Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (*Campaign* Fitur Find Alumni) Terhadap Minat Penggunaan Fitur Find Alumni

Nama : Aulia Ratih

NIM : 44313120067

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 23 Januari 2016

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Marcomm&Adv



(Razie Razak, S.Sos.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)

KATA PENGANTAR

Sebuah kebanggaan bagi penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini, semua itu tidak terlepas berkat rahmat Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya sehingga penulis dapat menyusun skripsi tepat waktu dan penulis mau bekerja keras sehingga skripsi ini pun terselesaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun setidaknya penulis telah berusaha bekerja keras untuk menyelesaikan skripsi ini. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang sangat membantu, baik secara moril maupun materiil. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Razie Razak, S.Sos.M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan memberikan support sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si. selaku Ketua Bidang Studi Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terima kasih atas saran yang menjadikan skripsi ini lebih baik.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Drs Dadan Iskandar, M.Si. selaku ketua sidang skripsi, terimakasih atas kritik dan sarannya yang menjadikan skripsi ini lebih baik.
5. S. Margaretha Niken R, S.Sos.M.Si. selaku penguli ahli siding skripsi, terimakasih atas kritik dan sarannya yang menjadikan skripsi ini lebih baik.
6. Bapak Laksana dan Almh. Ibu Rohayati, selaku kedua orang tua penulis. Terimakasih untuk kesabaran, ketulusan, cinta serta kasih sayang kalian dalam

membesarkan dan mendidik penulis. Serta terimakasih untuk ayah karena telah menjadi sosok ibu sekaligus selama ini bagi penulis.

7. Yaumil Mirza Setiawan, selaku calon pendamping hidup penulis yang telah memberikan support moril maupun materiil. Terimakasih atas kesabaran tiada batas dalam menemani penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana Menteng, jurusan Marcomm serta PR serta teman-teman penulis, terimakasih atas kesediannya sebagai responden dalam penelitian ini sehingga penulis dapat melakukan penyusunan skripsi.
9. Para Dosen Jurusan Marcomm Universitas Mercu Buana, yang telah mengajar dan memberikan ilmu dan pengalaman selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
10. Para Staff TU, terimakasih atas bantuannya dalam memberikan surat perijinan penelitian serta informasi mengenai administrasi perkuliahan sehingga skripsi dan sidang skripsi ini dapat dilaksanakan.



UNIVERSITAS Jakarta, Januari 2016
MERCU BUANA

Aulia Ratih

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1. Manfaat Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Pustaka	
2.2.1 Pemasaran	16

2.2.2	Komunikasi Pemasaran	17
2.2.3	Komunikasi Pemasaran dengan Media Social	18
2.2.4	Terpaan Iklan	19
2.2.5	Elemen-Elemen Iklan	22
2.2.6	Minat Konsumen	23
2.2.7	Teori S-O-R	25
2.2.8	Teori AIDA	26
2.3	Hipotesis	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

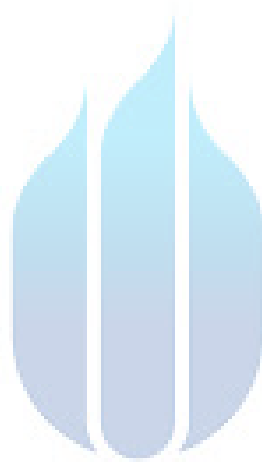
3.1.	Tipe Penelitian	31
3.2.	Metode Penelitian	31
3.3.	Populasi dan Sampel	
3.3.1.	Populasi	32
3.3.2.	Sampel	32
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel	34
3.4.	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	
3.4.1.	Definisi Konsep	35
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep	36
3.5.	Validitas dan Reliabilitas	
3.5.1.	Uji Validitas	38
3.5.2.	Uji Reliabilitas	41
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	42
3.7.	Teknik Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1.1.	Gambaran Umum Instant Messaging Line	45
4.1.2.	Sejarah Berdirinya Line	46
4.1.3.	Fitur-Fitur Line	47
4.1.4.	<i>Campaign</i> Fitur Find Alumni dengan Iklan Bertajuk Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta	48
4.2.	Hasil Penelitian	
4.2.1.	Analisis Frekuensi	
4.2.1.1.	Analisis Frekuensi Variabel X (Terpaan Iklan).....	50
4.2.1.2.	Analisis Frekuensi Variabel Y (Minat Penggunaan Fitur)	53
4.2.2.	Hasil Analisa Regresi (Hasil Hubungan dan Pengaruh Terpaan Iklan Mini Drama AADC terhadap Minat Penggunaan Fitur Line Find Alumni	68
4.2.3.	Uji Hipotesis	70
4.3.	Pembahasan	71

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Simpulan	77
5.2.	Saran	
5.2.1.	Akademisi	79
5.2.2.	Praktisi	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur Find Alumni	4
Gambar 1.2 Iklan Line Mini Drama AADC di Youtube	5
Gambar 2.1 Kerangka Hipotesis	30
Gambar 4.1 Logo Line	46
Gambar 4.2 Interpretasi Koefisiens Korelasi Nilai r	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Operationalisasi Konsep	36
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Pre-test Variabel X (Terpaan Iklan)	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Pre-test Variabel Y (Minat)	40
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test Variabel X (Terpaan Iklan).....	41
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test Variabel Y (Minat).....	41
Tabel 4.1 Item 1	50
Tabel 4.2 Item 2	51
Tabel 4.3 Item 3	51
Tabel 4.4 Item 4	52
Tabel 4.5 Item 5	53
Tabel 4.6 Item 6	54
Tabel 4.7 Item 7	55
Tabel 4.8 Item 8	55
Tabel 4.9 Item 9	56
Tabel 4.10 Item 10.....	56
Tabel 4.11 Item 11.....	57
Tabel 4.12 Item 12.....	58
Tabel 4.13 Item 13.....	58
Tabel 4.14 Item 14.....	59
Tabel 4.15 Item 15.....	59
Tabel 4.16 Item 16.....	60

Tabel 4.17 Item 17.....	61
Tabel 4.18 Item 18.....	62
Tabel 4.19 Item 19.....	62
Tabel 4.20 Item 20.....	63
Tabel 4.21 Item 21.....	63
Tabel 4.22 Item 22.....	64
Tabel 4.23 Item 23.....	65
Tabel 4.24 Item 24.....	66
Tabel 4.25 Item 25.....	66
Tabel 4.26 Item 26.....	67
Tabel 4.27 Variables Entered/Removed.....	68
Tabel 4.28 Model Summary.....	68
Tabel 4.29 ANOVA.....	69
Tabel 4.30 Coefficients.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	84
Lampiran 2 Kalkulasi Hasil Kuesioner	89
Lampiran 3 Biodata Peneliti	93

