



**PENGARUH DAYA TARIK HUMOR IKLAN TELEVISI AXIS VERSI
MOVE ON TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Survey Mahasiswa Aktif Semester Genap Tahun Akademik 2011/2012 Dan
2012/2013 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh :
SISNA ADIYARTI
44309010008

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION AND
ADVERTISING

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : SISNA ADIYARTI
Nim : 44309010008
Jurusan : MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING
Judul Skripsi : **“ Pengaruh Daya Tarik Humor Iklan Televisi Axis Versi Move On Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Mahasiswa Aktif Semester Genap Tahun Akademik 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana) ”**

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dra. Yoyoh Hereyah M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION AND
ADVERTISING

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Nama : Sisna Adiyarti
Nim : 44309010008
Jurusan : Marketing Communication And Advertising
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Humor Iklan Televisi Axis Versi Move On Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Mahasiswa Aktif Semester Genap Tahun Akademik 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana).

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui,

1. KETUA SIDANG
(Morissan, MA)

(.....)

2. PENGUJIAHLI
(Dr. A. Mulyana, M.Si)

(.....)

3. PEMBIMBING SKRIPSI
(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION AND
ADVERTISING

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sisna Adiyarti
Nim : 44309010008
Jurusan : Marketing Communication And Advertising
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Humor Iklan Televisi Axis Versi Move On Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Mahasiswa Aktif Semester Genap Tahun Akademik 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana).

Jakarta, Agustus 2013

Disetujui dan Diterima oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi


(Dra. Yoyoh Herayah., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Marcomm


(Dr. Agustina Zubair., M.Si)


(Dra. Yoyoh Herayah., M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Pengaruh Daya Tarik Humor Iklan Televisi Axis Versi Move On Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Mahasiswa Aktif Semester Genap Tahun Akademik 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana)**.

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan skripsi bagi mahasiswa/I fakultas ilmu komunikasi jurusan Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana Jakarta untuk mencapai gelar sarjana strata satu.

Dalam penyusunan *Skripsi* ini, penulis mengucapkan terima kasih dan menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah M,si Selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan ilmunya guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Orang tua penulis, Bapak Sobri dan Ibu Ida Farida yang tak pernah berhenti memberi dukungan, Baik moril maupun materil, serta doa dan cintanya yang luar biasa kepada saya.

3. Bapak Morissan, MA Selaku Ketua Sidang dan Bapak Dr. A. Mulyana M,si Selaku Penguji Ahli dalam sidang akhir penulis.
4. Tunanganku Indra Adhitia Maulana A.K.A Ndut, beserta keluarga yang tak kenal lelah selalu mendukung penulis, setia menemani mengerjakan skripsi ini.
5. Sahabat Terbaik Anggun Ayu, Anisa Wahyuni, Syifa Amalia, Leni Wulansari, Alin Fitriany Astuti yang tak pernah henti-hentinya menyemangati penulis.
6. Keluarga hangat yang selalu mensupport penulis baik moril maupun materil, ibu Yanthi H A.K.A muderr, Indah Farahdima A.K.A ka dence, Diandra A.K.A jidad dan Taufik Akbar
7. Pihak yang tak pernah bosan mengajarkan dan membagi ilmunya kepada penulis Bernadeta Clara dan Fauziah, terimakasih telah menyediakan waktunya mengajarkan penulis bagaimana mengolah data dengan SPSS.
8. Alm. Bapak Hardiyanto, dan dosen – dosen lainya yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas ilmu – ilmu yang diberikan.
9. Teman – teman sahabat Marcomm Puput, Inti, Umi, Dini, Vee, Tian, Tika, Putri, Rifqa, Andien, dan teman-teman lain yang tak mungkin dijabarkan satu persatu, kita selalu berjuang bersama-sama
10. Dan semua pihak yang tidak tersebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat

diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dorongan serta kemurahan hati dari semua pihak, semoga mendapatkan anugerah dari Allah SWT

Jakarta, Juli 2013

Sisna Adiyarti



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan masalah	7
1.3 Tujuan penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	8
1.4.1 Manfaat teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.1 Bentuk-bentuk komunikasi pemasaran	11
2.2 Iklan	13
2.2.1 Fungsi periklanan	15
2.2.2 Manfaat Iklan	17
2.2.3 Elemen – elemen iklan	18
2.3 Media periklanan	19
2.3.1 Televisi Sebagai media periklanan	21
2.4 Konsep kreatif atau kreatifitas dalam periklanan	23
2.4.1 Daya Tarik Iklan	25
2.5 Humor	31
2.5.1 Sejarah Humor	31

2.5.2 Pengertian Humor Menurut Para Ahli.....	31
2.5.3 Anatomi Iklan Humor	33
2.5.4 Pengaruh Humor.....	34
2.5.5 Manfaat humor	36
2.6 Efek Periklanan	38
2.7 Efek Daya Tarik humor terhadap Minat Beli.....	43
2.8 Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Tipe Penelitian	46
3.2 Metode Penelitian	47
3.3 Populasi Dan Sampel	48
3.3.1 Populasi	50
3.3.2 Sampel	50
3.4 Definisi Dan Operasionalisasi Konsep	53
3.4.1 Definisi Konsep	53
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	54
3.5 Validitas dan Reliabilitas	56
3.5.1 Uji Validitas	57
3.5.2 Uji Reliabilitas	58
3.6 Teknik Pengumpulan Data	58
3.5.1 Data Premier	59
3.5.2 Data Sekunder	60
3.7 Teknik Analisis Data	60
3.7.1 Pra Survey.....	61
3.7.2 Proses Editing	61
3.7.3 Proses pengkodean	61
3.7.4 Transformasi data ordinal ke data interval	62
3.7.5 Uji Korelasi	62
3.7.6 Uji Regresi Linear sederhana	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65

4.2 Alur Cerita Iklan	69
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	128
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Saran	129
5.2.1 Saran Akademis	130
5.2.3 Saran Praktis.....	130
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah mahasiswa (Aktif) Fikom tahun 2011/2012-2012/2013.....	51
Tabel 3.2	Operasional Konsep	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jurusan	72
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan angkatan	72
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	73
Tabel 4.5	Responden Pernah atau tidak pernah	74
Tabel 4.6	Suara sensor kerbau yang dibuat sengaja seperti sensor mobil.....	74
Tabel 4.7	Teriakan Nick ketika menerima sms putus dari Micka	75
Tabel 4.8	Suara mirip tersedak Nick ketika menerima sms putus dari Micka	76
Tabel 4.9	Jingle iklan Axis “Nick Jomblo Move On Move On”	77
Tabel 4.10	Announcer	78
Tabel 4.11	Panggilan menggoda “Nick” oleh wanita-wanita	79
Tabel 4.12	Mimik wajah Nick ketika berteriak karena kaget diputuskan.....	79
Tabel 4.13	Kedipan mata model iklan saat mengajak balikan.....	80
Tabel 4.14	Mimic wajah wanita-wanita	81
Tabel 4.15	Mimic wajah wanita yang menggoda Nick	82
Tabel 4.16	Gesture tubuh Nick ketika kaget dan berteriak	82
Tabel 4.17	Gesture Nick ketika mengenakan baju suku dayak warna ungu.....	83
Tabel 4.18	Gaya wanita-wanita penggoda yang menggoda Nick	84
Tabel 4.19	menyadari adanya Axis pada bagian suara	85
Tabel 4.20	menyadari adanya Axis pada bagian ekspresi wajah.....	86
Tabel 4.21	menyadari adanya Axis pada bagian gerakan tubuh	87
Tabel 4.22	mengetahui adanya Axis pada bagian suara	88
Tabel 4.23	mengetahui adanya Axis pada bagian ekspresi wajah	89
Tabel 4.24	mengetahui adanya Axis pada bagian gerakan tubuh	90
Tabel 4.25	menyukai adanya Axis pada bagian suara	91
Tabel 4.26	menyukai adanya Axis pada bagian ekspresi wajah	92
Tabel 4.27	menyukai adanya Axis pada bagian gerakan tubuh	93

Tabel 4.28	tertarik mencoba Axis pada bagian suara	94
Tabel 4.29	tertarik mencoba Axis pada bagian ekspresi wajah	95
Tabel 4.30	tertarik mencoba Axis pada bagian gerakan tubuh	96
Tabel 4.31	membandingkan Axis pada bagian suara.....	97
Tabel 4.32	membandingkan Axis pada bagian ekspresi wajah	98
Tabel 4.33	membandingkan Axis pada bagian gerakan tubuh	99
Tabel 4.34	berminat membeli Axis pada bagian suara	100
Tabel 4.35	berminat membeli Axis pada bagian ekspresi wajah	101
Tabel 4.36	berminat membeli Axis pada bagian gerakan tubuh	102
Tabel 4.37	total jawaban variable bebas (daya tarik humor)	103
Tabel 4.38	total jawaban variable terikat (minat beli)	104
Tabel 4.39	uji validitas variable X suara.....	105
Tabel 4.40	uji validitas variable X ekspresi wajah	106
Tabel 4.41	uji validitas variable X gerakan tubuh	107
Tabel 4.42	uji validitas variable Y	108
Tabel 4.43	uji reliabilitas variable X	111
Tabel 4.44	uji reliabilitas variable Y	112
Tabel 4.45	uji korelasi	114
Tabel 4.46	Uji Korelasi bagian Suara.....	115
Tabel 4.47	Uji Korelasi Bagian Espresi wajah	116
Tabel 4.48	Uji Korelasi Bagian Gerakan Tubuh	116
Tabel 4.49	Model Summary	120
Tabel 4.50	Uji Anova	121
Tabel 4.51	Uji Koefisien	122