



**PENGARUH TERPAAN IKLAN KARTU AS TELKOMSEL VERSI “SULE,
RIANTI CARWRIGHT & SMASH”
DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

**UNIVERSITAS
DISUSUN OLEH
MERCU BUANA**

YESSY MARIA GORETY

44306120002

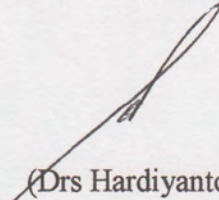
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yessy Maria Gorety
NIM : 44306120002
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Kartu AS Telkomsel Versi "Sule, Rianti Carwright & Smash" di Televisi terhadap Minat Beli Mahasiswa

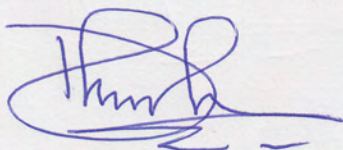
Jakarta, 26 Juli 2011

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disetujui dan Diterima Oleh,
Pembimbing Skripsi



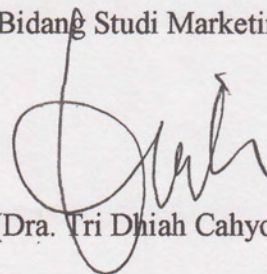
(Drs Hardiyanto, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marketing Komunikasi



(Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Yessy Maria Gorety
NIM : 44306120002
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Kartu AS Telkomsel Versi "Sule, Rianti Carwright & Smash" di Televisi terhadap Minat Beli Mahasiswa

Jakarta, 26 Juli 2011

Disetujui dan Diterima Oleh,
Pembimbing Skripsi
MERCU BUANA

(Drs Hardiyanto, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marketing Komunikasi

(Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Yessy Maria Gorety
NIM : 44306120002
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Kartu AS Telkomsel Versi “Sule, Rianti Carwright & Smash” di Televisi terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA Jakarta, 26 Juli 2011

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi

(Drs Hardiyanto.M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

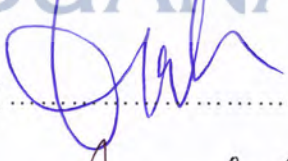
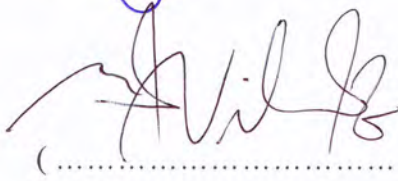
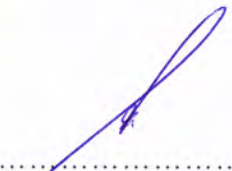
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Yessy Maria Gorety
NIM : 44306120002
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Kartu AS Telkomsel Versi “Sule, Rianti Carwright & Smash” di Televisi terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Mercu Buana

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 26 Juli 2011

1. Ketua Sidang
Dra. Tri Dhiah Cahyowati M.Si ()
2. Penguji Ahli
SM. Niken Restaty, M.Si ()
3. Pembimbing
Drs Hardiyanto, M.Si ()

KATA PENGANTAR

Dengan nama Tuhan Yesus yang telah memberikan kekuatan dan berkatnya hingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

Penulisan ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka meraih gelar sarjana (strata satu) pada Jurusan Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Terpaan Iklan Kartu AS Telkomsel versi “Sule, Rianti Carwright & Smash” di Televisi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Mercu Buana”**.

Karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan penulis, skripsi ini tentunya tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, maka untuk kesempurnaannya sangat memerlukan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak.

Atas segala dan bimbingan dari banyak pihak, maka pada kesempatan ini diucapkan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, yang telah membimbing sekaligus mengarahkan dan selalu meluangkan waktu disela-sela kesibukannya hingga skripsi ini selesai.
2. Yang terhormat Ibu Tri Diah Cahyowati M.Si Ketua Jurusan Marketing Komunikasi yang telah memberikan dukungan kepada saya.
3. Yang terhormat Bapak AKBP Drs. Aris Munandar selaku atasan saya dimana tempat saya bekerja, memberikan dukungan, hingga skripsi ini dapat selesai,
4. Kepada seluruh staff karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan bantuannya.

5. Terima kasih kepada suami tercinta saya Resi Omegando yang selalu mengantar dan menemani saya ke kampus, menunggu saat bimbingan, hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Terima kasih kepada mama mertua saya Carolina Wagiu Siahaya, sangat mendukung dan memperhatikan kondisi saya yang sedang hamil ini.
7. Kepada Usi Gati Siahaya kakak ipar memberi dukungan, semangat, dan membantu selama saya kuliah, terimakasih usi .
8. Pihak Perpustakaan Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan pinjaman buku-buku serta referensi.
9. Yang saya sayangi kedua orangtua saya, yang telah menyayangi dan mendukung saya dalam doa.
10. Terima kasih kepada teman saya mas bintang yang membantu saya dan mendukung tuk mencari buku-buku yang diperlukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari masih banyak kekurangan-kekurangan dalam skripsi ini, dan oleh karena itu penyusun butuh suatu masukan dan kritikan yang membangun. Semoga Tuhan Yesus membalas kebaikan yang telah diberikan. Dan semoga karya yang sangat sederhana ini dapat berguna bagi kita semua.

Jakarta, Juli 2011

Penulis

Yessy Maria Gorety

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat akademis	6
1.4.2 Manfaat praktis	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi	8
2.2. Televisi Sebagai Media Periklanan.....	10
2.3. Elemen-Element Iklan Televisi.....	12
2.4. Efek Periklanan	13
2.5. Terpaan (<i>Exposure</i>)	18
2.6. Konsep Minat Beli	20
2.7. Model Analisis	24
2.8. Hipotesa Penelitian	24
BAB III METODOLOGI	
3.1. Pendekatan Penelitian	25
3.2. Metode Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel	26

3.3.1. Populasi.....	26
3.3.2. Sampel	26
3.4. Definisi dan Operasional Konsep	28
3.4.1. Definisi Konsep	28
3.4.2. Operasionalisasi Konsep.....	30
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1 Data primer	35
3.5.2 Data sekunder	35
3.6 Analisis Data dan Teknik pengolahan Data	36
3.6.1 Proses Editing	36
3.6.2 Proses Pengkodean Data (Coding)	36
3.6.3 Pretest	38
3.6.4. Uji Validitas	38
3.6.5. Uji Reliabilitas	39
3.6.6. Uji Korelasi.....	41
3.6.7. Uji Regresi Sederhana	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....

4. 1. Iklan Kartu AS Telkomsel versi “Sule, Rianti Carwright & Smash”	44
4.1.1 Story board Iklan Kartu AS Telkomsel versi “Sule, Rianti Carwright & Smash”	
4.1.2 Alur Cerita Iklan Kartu AS Telkomsel versi “Sule, Rianti Carwright & Smash”	45
4.2. Hasil Penelitian	46
4.2.1. Validitas	46

4.2.2. Reliabilitas	48
4.2.3. Karakteristik Responden.....	49
4.2.4. Terpaan Iklan	51
4.2.5. Minat Beli	55
4.3 Pembahasan	60
4.3.1. Korelasi.....	60
4.3.2. Uji Regresi	61
4.3.3. Uji Hipotesa	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....

5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	65
5.2.1 Untuk Akademisi	65
5.2.2 Untuk Praktisi	65

DAFTAR PUSTAKA	66
----------------------	----



DAFTAR TABEL

hal

Tabel 2.1.	Tabel Dampak dan Model Hirarki Efek	16
Tabel 3.1.	Total Populasi dan persentase sample	26
Tabel 3.2.	Tabel distribusi sample	27
Tabel 3.3.	Operasionalisasi Konsep	30
Tabel 3.4.	Nilai-nilai r product moment.....	39
Tabel 3.5.	Pedoman interpretasi Koefisien Korelasi	40
Tabel 4.1.	Hasil Uji Validitas Pretest, N=30.....	43
Tabel 4.2.	Hasil Uji Reliabilitas, N=83	45
Tabel 4.3.	Karakteristik Sampel berdasarkan Usia	47
Tabel 4.4.	Karakteristik Sampel berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.5.	Jawaban responden untuk pertanyaan Seberapa sering anda melihat iklan Kartu AS Telkomsel versi “Sule, Rianti Carwright & Smash” di televisi.	48
Tabel 4.6.	Jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar perhatian anda terhadap pesan iklan Kartu AS Telkomsel versi “Sule, Rianti Carwright & Smash” di televise.....	49
Tabel 4.7.	Jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar pengetahuan anda terhadap model iklan”	50
Tabel 4.8.	Jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar perhatian anda terhadap Karakter/ model iklan”.	50
Tabel 4.9.	Jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar perhatian anda terhadap Location/ setting iklan”.....	51
Tabel 4.10.	jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar perhatian anda terhadap Voice/ slogan iklan “paling murah, ya kartu AS”.	52

Tabel 4.11.	jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar pilihan anda terhadap kinerja kartu AS”.....	53
Tabel 4.12.	jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar pilihan anda terhadap kualitas kartu AS”.	53
Tabel 4.13.	jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar pilihan anda terhadap klaim biaya telpon murah kartu AS”.....	54
Tabel 4.14.	jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar pilihan anda terhadap klaim gratis sms, facebook dan chatting kartu AS”	55
Tabel 4.15.	jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar keyakinan anda terhadap kartu AS untuk memenuhi kebutuhan anda”	55
Tabel 4.16.	jawaban responden untuk pertanyaan ” Seberapa besar kecenderungan anda untuk melakukan pembelian kartu AS”	56
Tabel 4.17	Hasil Uji Korelasi Bivariate Pearson	57
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi	58
Tabel 4.19	<i>Model Summary</i>	59
Tabel 4.20	Tabel Anova	60



DAFTAR GAMBAR

hal

Gambar 2.1.	Formula Lasswell	7
Gambar 2.2.	<i>Response Hierarchy Models</i>	14
Gambar 2.3.	Model Proses Komunikasi (<i>Hierarchy of Effect</i>).....	15
Gambar 2.4.	<i>A Model of Cognitive Response</i>	21
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran	22



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Lembar Kuesioner
- Lampiran 3 Kalkulasi hasil kuesioner
- Lampiran 4 Iklan Kartu AS Telkomsel versi Sule Rianti & Smash
- Lampiran 5 hasil perhitungan SPSS

