



TINGKAT RESPON WARGA RT.08 RW.04
KEL. KAYURINGIN JAYA BEKASI SELATAN
TERHADAP IKLAN HONDA SCOOPY DI TELEVISI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S1) Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi

Disusun Oleh:

FAJAR NOOR FATHJRI

44306120017

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fajar Noor Fathjri
NIM : 44306120017
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Tingkat Respon Warga RT.08 RW.04
Kel. Kayuringin Jaya Bekasi Selatan
Terhadap Iklan Honda Scoopy di Televisi

Jakarta , 19 Agustus 2010

Mengetahui

1. Ketua Sidang
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si
2. Penguji Ahli
Drs. Akhmad Mulyana M.Si
3. Pembimbing
SM. Niken .S.sos. M.si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Fajsr Noor Fathjri
NIM : 44306120017
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Tingkat Respon Warga RT.08 RW.04
Kel. Kayuringin Jaya Bekasi Selatan
Terhadap Iklan Honda Scoopy di Televisi

Jakarta , 19 Agustus2010

Mengetahui

1. Ketua Sidang
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

2. Penguji Ahli
Drs. Akhmad Mulyana M.Si

3. Pembimbing
SM. Niken .S.sos. M.si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Fajar Noor Fathjri
NIM : 44306120017
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Tingkat Respon Warga RT.08 RW.04
Kel. Kayuringin Jaya Bekasi Selatan
Terhadap Iklan Honda Scoopy di Televisi

Disetujui dan diterima oleh :

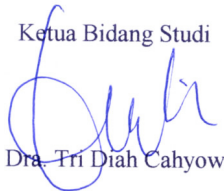
Dosen Pembimbing

SM. Niken .S.sos. M.si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Diah Wardhani, M.Si

Ketua Bidang Studi

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT, yang selalu memberi nikmat sehat dan rizky-Nya sehingga Penulis dapat melewati proses penyelesaian skripsi ini, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Satu (S-1) Program studi Marketing Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dikarenakan masih terbatasnya waktu, pengetahuan dan pengalaman penulis. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, sulit rasanya bagi penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, memberikan dorongan moril maupun materil hingga terselesaikannya proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Ibu SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si selaku pembimbing Penulis, yang sudah sangat luar biasa membantu memberikan waktu, ilmu dan perhatian kepada Penulis, sehingga Skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Ibu Tri Diah Cahyowati M.Si selaku ketua bidang studi Marketing Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi sekaligus Ketua Sidang Skripsi Penulis.
3. Bapak Akhmad Mulyana, Drs. M.Si, selaku Dosen Penguji Ahli Sidang Skripsi Penulis.

4. Ibu Dra. Diah Wardhani M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Sekretariat RT.08 RW.04 Kelurahan Kayuringin Jaya Bekasi Selatan.
6. Ibunda Tercinta, Sudarwati yang selalu senantiasa memberi doa.
7. Rekan-rekan Mahasiswa Univeritas Mercu Buana, yang selalu memberi semangat hingga babak penyelesain skripsi ini.
8. Rekan-rekan di Hakuhodo, tempat penulis bekerja.
9. Pihak-pihak yang tidak bisa disebut satu-persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya serta memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak tersebut diatas, dan semoga penelitian dalam skripsi ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat bagi bidang ilmu komunikasi dan pihak-pihak yang berkenan membacanya.

Jakarta, 14 Agustus 2010

Fajar Noor Fathjri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
 BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Komunikasi Massa	10
2.2 Iklan Sebagai Proses Komunikasi	11
2.3 Hirarki Efek	16
2.4 Respon	20
2.3.1 Respon Kognitif	21
2.3.2 Respon Afektif	21

2.4 Televisi Sebagai Media Periklanan	21
2.4.1 Elemen-elemen Iklan TV	23
2.4.2 Penonton Sebagai Khalayak Media	28

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Tipe Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Sampel	31
3.3.2 Jumlah Sampel	31
3.3.3 Teknik Penarikan	33
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	33
3.4.1 Definisi Konsep.....	33
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	33
3.5 Validitas dan realibilitas	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.1 Data Primer.....	39
3.6.2 Data Sekunder	37
3.7 Teknik Analisa Data	37
3.7.1 Interval Respon Kognitif	39
3.7.2 Interval Respon Afektif	40
3.7.3 Interval Respon Kognitif dan Respon Afektif	41

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Astra Honda Motor	43
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Astra Honda Motor	43
4.1.2 Visi Misi PT. Astra Honda Motor	44

4.1.3 Lingkup Usaha PT. Astra Honda Motor	45
4.1.4 Produk Honda Motor	46
4.1.5 Gambaran Umum Iklan Honda Scoopy	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Deskripsi Profil Responden	49
4.2.2 Respon Kognitif	51
4.2.3 Respon Afektif	60
4.3 Pembahasan	65

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN