



**DAMPAK KOGNITIF IKLAN TELEVISI SAMPOERNA
HIJAU VERSI TEMAN BISA MENDEKATKAN JARAK
(Survey Terhadap Mahasiswa FIKOM UMB angkatan 2008 & 2009)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1
(S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marcomm & Advertising**

Disusun Oleh :

Nama : Ricky Panca Putra

NIM : 04303 – 014

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2010



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ricky Panca Putra
NIM : 04303-014
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Dampak Kognitif Iklan Televisi Sampoerna Hijau
Versi "Teman Bisa Mendekatkan Jarak" terhadap
Mahasiswa FIKOM UMB angkatan 2008 & 2009

Mengetahui,
Pembimbing

(SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si.)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Dampak Kognitif Iklan Televisi Sampoerna Hijau Versi Teman Bisa Mendekatkan Jarak (survey terhadap mahasiswa FIKOM UMB angkatan 2008&2009)

Nama : Ricky Panca Putra

Nim : 04303 – 014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marcomm & Advertising

Jakarta, 19 Agustus 2010

Ketua Sidang

Drs. Hardiyanto, M.Si

(.....)

Penguji Ahli

Utje Usman Slamet, M.Si.

(.....)

Pembimbing

SM. Niken Restaty, S. Sos, M.Si.

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Dampak Kognitif Iklan Televisi Sampoerna Hijau Versi Teman Bisa Mendekatkan Jarak (Survey terhadap mahasiswa FIKOM UMB angkatan 2008&2009)

Nama : Ricky Panca Putra

Nim : 04303 – 014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marcomm & Advertising

Jakarta, 19 Agustus 2010

Disetujui dan Diterima Oleh

Pembimbing

(SM, Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

Mengetahui

Dekan FIKOM

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Program Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan kehendaknya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul DAMPAK KOGNITIF IKLAN TELEVISI SAMPOERNA HIJAU VERSI TEMAN BISA MENDEKATKAN JARAK (Survey Terhadap Mahasiswa FIKOM UMB Angkatan 2008&2009). Adapun tujuan dari skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan yang diajukan oleh Universitas Mercu Buana dalam memperoleh gelar strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada penyusunan ini, penulis telah mendapatkan banyak pengetahuan baru, bimbingan, serta bantuan berupa doa, dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu SM, Niken Restaty, S.Sos, M.Si, selaku Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dan memberikan nasehat, masukan berupa ide dan motivasi sehingga sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku Kepala Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu

Buana yang sudah mau bersusah payah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam menyelesaikan program studi ini

4. Bapak Drs. Ahmad Mulyana M.Si, selaku Pembimbing Akademik
5. Kedua Orang tua, papa (Alm) dan mama terima kasih atas kesabarannya dan support yang tiada henti-hentinya hingga akhirnya penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi.
6. My barada n sista Rina (hehehe..maap yah lama..), Rini, Risa, Risi, ka Budi, mas Dani...dan keponakan-keponakanku yang lucu-lucu Rara, Giari, Bani, Ziad untuk terus memberi semangat dan kasih sayangnya kepada penulis.
7. My Honie Dini, makasih yah udah mau bawel dan terus support, maacih..
8. Keluarga Besar Teater Amoeba, ayah komeng dan Dekolgennya, teman-teman cicak sekret (Bajaj, Iwang, Petot, Baba, Haikal, Wawo, Ase, Abi, Rahman, Pocong, Kibo, Agus idung, Abid, aiz) rinie, sesil terima kasih atas persaudaraannya yang membuat hidup penulis lebih berwarna. Dan juga untuk seluruh angkatan yang tidak bisa disebut satu persatu, tetap semangat NON STOP ACTIVITY.
9. Teman-teman jurusan Advertising & Marketing Communication 2003 (Windy, Cumi, Beni, Glen, Heru, Dedi, Iyus, Ria, Rani, Citra, Yuyun, Komeng, agel, Cici, Dicky). yang sudah selalu saling mendukung dan mengisi kekurangan dalam menjalankan tugas skripsi ini.
10. Serangga PUSGIWA, Brada Pelor (maju terus dam..), Bang Bule, Zibrut, Swatala UMB, Pers UMB (Wahyu), Voli UMB (ipung), Senja, Sebi, Iyus,

Bayor, Felix (thanx buat jasanya...hehe..), dan kawan-kawan lain yang tidak bisa penulis sebut, merasa senang dan bangga penulis mengenal kalian.

11. Afternoon With Euphoria my Band, Iwang, Manda, Bungky, Lutfie, Miralda, sekarang kita akan kembali bermusik maaf sudah di tinggal sebentar Bravo..
12. Pasukan Huru-Hara IBS, Nurman, Dipa, Murdok, Rista, Ryan, Ion, Sigit, Prima, Om Boy, Rohman Berle, Basuki, Atin, Mba Ari, Pak Ruru. Sangat salut dan berterima kasih Untuk Pengalaman Dunia kerjanya.
13. Karyawan TU Fikom Mercubuana (Pak sam gak bisa tiduurrr..., mas ervan, mas mawi, mba lila) yang selalu membantu dalam urusan birokrasi.
14. Kepada semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu-persatu, penulis mengucapkan terima kasih atas semangat yang telah diberikan.

Akhirnya penulis hanya bisa berharap bahwa laporan ini nantinya akan bermanfaat bagi pembaca dan atas segala kekurangan yang terdapat pada laporan ini penulis mohon dibukakan pintu maaf sebesar-besarnya karena kesempurnaan hanyalah milik ALLAH SWT.

Jakarta, 12 Agustus 2010

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Akademis	6
1.4.2. Praktis	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi.....	8
2.2. Hierarki Efek.....	12
2.3. Dampak Kognitif	18
2.4. Televisi Sebagai Media Periklanan	19
2.5. Elemen Iklan Televisi	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Sifat Penelitian	23
3.2. Metode Penelitian	24
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3.1. Data Primer	24
3.3.2. Data Sekunder	25
3.4. Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1. Populasi.....	25
3.4.2. Sampel.....	26
3.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	27

3.5.1. Definisi konsep	27
3.5.2. Operasionalisasi Konsep	28
3.6. Metode Analisis Data.....	34
3.6.1. Proses Editing	34
3.6.2. Proses Pengkodean Data	35
3.6.3. Tabulating	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Sejarah Singkat Merk Sampoerna Hijau.....	37
4.1.1. Segmentasi Sampoerna Hijau	39
4.1.2. Sejarah Iklan Sampoerna Hijau	40
4.2. Hasil Penelitian	45
4.2.1. Identitas Responden	45
1. Usia	45
2. Jenis Kelamin.....	46
3. Jurusan	47
4.2.2. Terpaan Media Televisi	48
4. Frekuensi Menonton Televisi.....	48
5. Melihat Tayangan Iklan	49
6. Intensitas Menonton Iklan Televisi.....	50
7. Waktu Melihat Tayangan Iklan.....	51
4.2.3. Awareness Knowledge.....	52
8. Pengetahuan Terhadap Iklan Sampoerna Hijau	52
4.2.4. How To Knowledge	53
9. Pengetahuan terhadap model/endorser iklan sampoerna hijau versi teman bisa mendekatkan jarak.....	53
10. Pengetahuan terhadap jumlah model iklan sampoerna hijau versi teman bisa mendekatkan jarak.....	54

11. Pengetahuan terhadap musik/jingle iklan sampoerna hijau versi teman bisa mendekatkan teman	55
12. Pengetahuan terhadap jenis musik/jingle iklan sampoerna hijau versi teman bisa mendekatkan jarak	56
13. Pengetahuan terhadap lirik lagu /jingle iklan sampoerna hijau versi teman bisa mendekatkan jarak	57
14. Pengetahuan terhadap alur iklan sampoerna hijau versi teman bisa mendekatkan jarak.....	58
15. Pengetahuan terhadap isi dari alur iklan sampoerna hijau versi teman bisa mendekatkan jarak	59
16. Pengetahuan terhadap perusahaan rokok sampoerna hijau.....	60
17. Pengetahuan terhadap logo rokok sampoerna hijau	61
4.2.5. Principle Knowledge	61
18. Pengetahuan terhadap jenis rokok sampoerna hijau	62
19. Pengetahuan terhadap sisi negatif rokok.....	63
20. Sisi negatif dari produk rokok.....	64
4.3. Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran-Saran	70

Daftar Pustaka

Lampiran - Lampiran