



TINGKAT PENGETAHUAN KARYAWAN
PT TRANSPORINDO AGUNG SEJAHTERA
TERHADAP IKLAN FLEXI THE CHANGCUTERS
VERSI “ACTIVASI COMBO”
PADA MEDIA TELEVISI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S – 1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communications

Disusun oleh:

IKASARI KISMAWATI
44306110020

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ikasari Kismawati
NIM : 44306110020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Prog Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Tingkat Pengetahuan Karyawan PT Transporindo Agung
Sejahtera Terhadap Iklan Flexi The Changcuters Versi
“Activasi Combo” pada Media Televisi

Jakarta,
Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

(Utje U. Slamet, MS)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Ikasari Kismawati
NIM : 44306110020
Program Studi : Marketing Communication
Judul Skripsi : Tingkat Pengetahuan Karyawan PT Transporindo Agung
Sejahtera terhadap Iklan Flexi The Changcuters Versi
Activasi Combo pada Media Televisi

Jakarta, 5 February 2010

Ketua Sidang,

Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si (.....)

Penguji Ahli

Dra. Marhaeni F. Kurniawati, M.Si (.....)

Pembimbing

Utje U. Slamet, MS (.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTA ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ikasari Kismawati
NIM : 44306110020
Program Studi : Marketing Communication
Judul Skripsi : Tingkat Pengetahuan Karyawan PT Transprindo Agung
Sejahtera terhadap Iklan Flexi The Changcuters Versi
Activasi Combo Pada Media Televisi

Jakarta, 5 Februari 2010

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

(Utje U. Slamet, MS)

Mengetahui.

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, atas Segala Rahmat dan Nikmat Allah SWT dan Junjungan kami Muhammad SAW, yang senantiasa diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tingkat Pengetahuan Karyawan PT Transporindo Agung Sejahtera Terhadap Iklan Flexi The Changcuters versi aktivasi combo pada media televise”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak merima bantuan serta dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada :

1. Bapak Utje Usman Slamet, Selaku Dosen pembimbing yang banyak memberikan waktu serta bimbingannya sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Ibu Tri Dhiah Cahyowati M.si, Selaku Ketua Jurusan Marcomm, yang selama ini banyak memberikan masukan – masukan serta motivasi kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini
3. Ibu Marhaeni F. Kurniawati, selaku Penguji Ahli, terima kasih banyak atas segala kritikan dan juga masukan serta bimbingannya.
4. Para pengajar, segenap karyawan perpustakaan dan tata usaha Fikom yang selalu bersedia melayani kebutuhan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak dan Ibukku di Magelang, terima kasihku untuk segala support materiil dan non materiilnya, special terima kasih buat Ibuk “makasih atas kesabarannya”
6. Skripsi ini aku dedikasikan kepada, **Faiz Abyan Heryanto** “ *You are my inspiration*”
7. Wahyu Heryanto (Alm), *you never die.....*

8. Keluarga besarku dijakarta, Bapak, Ibuk, Mbak Tutik & keluarga, Om budi, Helmi & keluarga, yang senantiasa mensupport hingga penulis selalu bersemangat.
9. Adikku Imam makasih untuk sharingnya selama ini, *Good Luck* buat studynya.
10. Bapak Calvin Lim, selaku pimpinan PT Transporindo Agung Sejahtera yang telah memberikan dispensasi waktu kepada penulis, dan juga atas ijinnya untuk melakukan survey.
11. Mr Pam Pam Dendy & Pak Amri, Terima kasih penulis ucapkan atas pengertian dan waktu yang telah diberikan kepada penulis untuk mengakhiri masa study
12. Sahabatku Wina...makasih ya atas dukungan moril spirituilnya, teman – teman Mercu Buana Angkatan IX yang senasib dan sepenanggungan, (Boy, Renny, Wiwid, Jo, Dina, Amel, Gina, Yudi, Putri, Astri, , Agi,) *We Are the Champion.....!!!!!!*

Akhir kata, semoga skripsi yang jauh dari sempurna ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, dan saya mengharapkan saran serta kritik yang membangun demi perbaikan skripsi ini, serta berharap semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat limpahan berkah dari Allah SWT. Amien

Jakarta, 05 February 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi.....	i
Tanda Lulus Sidang.....	ii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iii
Abstraksi.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Signifikansi Penelitian	
1.4.1 Signifikansi Akademis.....	7
1.4.2 Signifikansi Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi	9
2.2 Pengetahuan.....	10
2.2.1 Definisi Pengetahuan.....	10
2.3. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi.....	11
2.4 Periklanan (Advertising).....	14
2.5 Efek Periklanan.....	15
2.6 Televisi sebagai Media Periklanan.....	22
2.6.1 Televisi.....	22
2.6.2 Radio.....	24
2.6.3 Media Cetak.....	26
2.7 Unsur – Unsur dalam Iklan.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Tipe Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sample.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sample.....	31
3.4 Defini Konsep & Operasionalisasi Konsep.....	33
3.4.1 Definisi Konsep.....	33
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Data Primer.....	39
3.5.2 Data Sekunder.....	39
3.6 Teknik Analisa Data.....	39
3.7 Skala Score.....	40
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 42
4. 1 Gambaran Umum PT Transporindo Agung Sejahtera.....	42
4.1.1 Visi PT Transporindo Agung Sejahtera.....	42
4.1.2 Misi PT Transporindo Agung Sejahtera.....	42
4.2 Struktur Organisasi PT Transporindo Agung Sejahtera.....	43
4.3 Profile PT Telkom	
4.3.1 Company Profile PT TELKOM Indonesia.....	45
4.3.2 Produk Flexi.....	46
4.3.3 Sekilas tentang Iklan Flexi.....	52
4.4 Hasil Penelitian.....	53
4.4.1 Data Responden.....	53
4.4.2 Awareness Knowledge (Sadar Kenal terhadap Iklan Flexi The Changcuters Versi Aktivasi Combo).....	55
4.4.3 How To Knowledge (Pengetahuan Teknis) terhadap Iklan Flexi The Changcuters Versi Aktivasi Combo).....	57
4.4.4 Principle (Pengetahuan Prinsip) Terhadap Iklan Flexi The Changcuters versi Aktivasi Combo.....	63

4.5 Rekapitulasi Hasil Keseluruhan Tabel.....	66
4.6 Pembahasan.....	67
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
 LAMPIRAN	
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.4.2.1 Usia Responden.....	53
Tabel 4.4.2.2 Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.4.2.3 Pendidikan terakhir.....	54
Tabel 4.4.2.4 Pekerjaan.....	55
Tabel 4.4.2.1 Frekuensi Menonton Televisi.....	55
Tabel 4.4.2.2 Sikap dalam menonton televisi.....	56
Tabel 4.4.2.3 Intensitas responden dalam melihat iklan flexi The changcuters Pada media Televisi.....	56
Tabel 4.4.3.1 Pengetahuan terhadap iklan flexi.....	57
Tabel 4.4.3.2 Suka terhadap iklan flexi the changcuters versi aktivasi combo pada Media Televisi.....	58
Tabel 4.4.3.3 Pengetahuan terhadap endoser atau pemain dalam iklan Flexi The Changcuters pada media televise.....	58
Tabel 4.4.3.4 Pengetahuan terhadap perusahaan yang mengeluarkan produk Flexi.....	59
Tabel 4.4.3.5 Pengetahuan terhadap alur cerita dalam iklan Flexi The Changcuters pada media televisi.....	59
Tabel 4.4.3.6 Pengetahuan responden terhadap produk telkom flexi.....	60
Tabel 4.4.3.7 Pengetahuan tentang slogan dari telkom flexi.....	61
Tabel 4.4.3.8 Pengetahuan terhadap logo iklan flexi.....	61
Tabel 4.4.3.9 Pengetahuan terhadap teks iklan flexi “aktivasi combo” pada media Televisi.....	62
Tabel 4.4.3.10 Pengetahuan terhadap jenis produk flexi.....	62
Tabel 4.4.4.1 Pengetahuan Flexi dengan Flexi Combonya.....	63
Tabel 4.4.4.2 Pengetahuan yang berkenaan dengan fitur – fitur dalam produk Flexi.....	64
Tabel 4.4.4.3 Pengetahuan yang berkenaan dengan tariff murah Flexi.....	64