



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

SKRIPSI

**HUBUNGAN KETERTARIKAN IKLAN DOMESTOS NOMOS PADA MEDIA
TELEVISI TERHADAP MINAT BELI IBU-IBU RUMAH TANGGA RW 06**

KELURAHAN PANINGGILAN UTARA

CILEDUG – TANGERANG

(versi cicak-cicak di dinding)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh :
Diah Agustianingsih

04301-029

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi Program Studi Periklanan**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2006

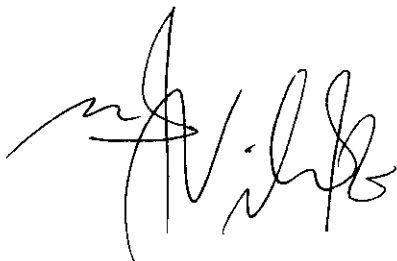
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Diah Agustianingsih
NIM : 04301-029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : HUBUNGAN KETERTARIKAN IKLAN DOMESTOS
NOMOS PADA MEDIA TELEVISI TERHADAP MINAT
BELI IBU-IBU RUMAH TANGGA RW 06 KELURAHAN
PANINGGILAN UTARA CILEDUG TANGERANG
(versi cicak-cicak di dinding).



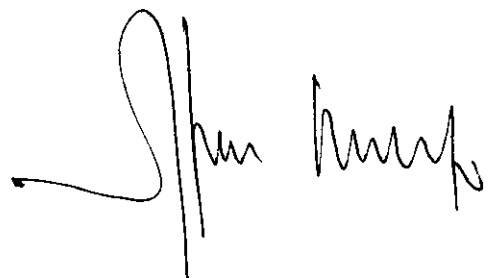
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing I



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

Pembimbing II



(Heri Budianto, S.Sos, M.Si)

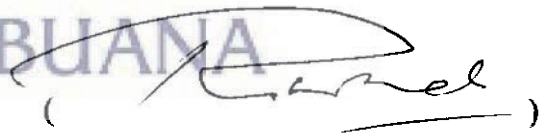
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Diah Agustianingsih
NIM : 04301-029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : HUBUNGAN KETERTARIKAN IKLAN DOMESTOS
NOMOS PADA MEDIA TELEVISI TERHADAP MINAT
BELI IBU-IBU RUMAH TANGGA RW 06 KELURAHAN
PANINGILAN UTARA CILEDUG TANGERANG
(versi cicak-cicak di dinding).

Jakarta, Mei 2006

1. Ketua Sidang

Drs. Riswandi, M.Si



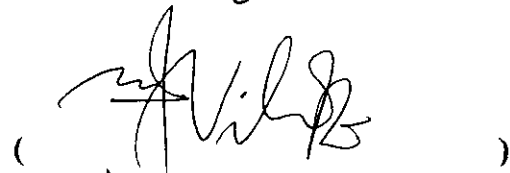
2. Penguji Ahli

Drs. Ahmad Mulyana, M.Si



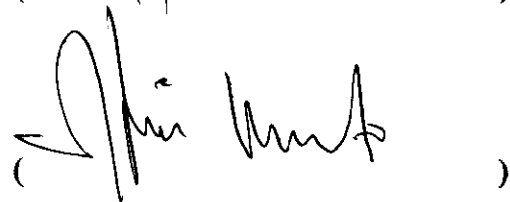
3. Pembimbing I

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



4. Pembimbing II

Heri Budianto, S.Sos. M.Si



PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Diah Agustianingsih
NIM : 04301-029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : HUBUNGAN KETERTARIKAN IKLAN DOMESTOS
NOMOS PADA MEDIA TELEVISI TERHADAP MINAT BELI
IBU-IBU RUMAH TANGGA RW 06 KELURAHAN PANINGGILAN
UTARA CILEDUG TANGERANG (versi cicak-cicak di dinding).

Jakarta, Mei 2006

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing I

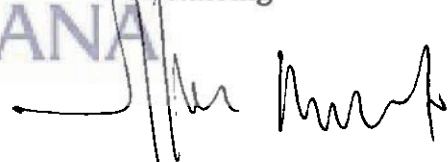


(S.M. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

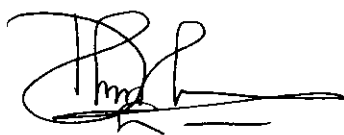
Pembimbing II



(Heri Budianto, S.Sos, M.Si)

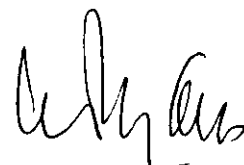
Mengetahui

Dekan FIKOM UMB



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Kepala Bidang Studi



(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

Di antara mereka ada yang telah beriman dan telah

setelah mereka beriman

berti dulu kita beriman

menyatakan iman dan rintangan

Kita tak sendiri

manah kita lupa

dulu lepas tertawa

erita dikisahkan

atkan tersimpan

Kita tak sendiri

n selah terbuka

ngan terbuka

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

*Alhamdulillah pada-Nya
Papa dan Mama*

*Kupersembahkan skripsi ini untuk kedua Orang Tua
Untuk kasih sayang, doa, cinta dan kesabarannya yang tak pernah henti.
Semoga hidup dan langkahmu diberkahi dan diiringi rahmat-Nya.*

*Teman, Sahabat, Saudara dan Kekasihku kalian adalah semangatku
Indahnya langkah kebersamaan kita
Terima Kasih mau mengerti dan mendukungku.*

MERCU BUANA

*Aku bahagia memiliki kalian.
Jangan pernah meragukan aku
Aku tidak bisa memenuhi harapan kalian karena
Tegalnya yang ada akan kembali pada-Nya.*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, ridho, hidayah dan karunia, atas kehendak-Nya. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan oleh Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "HUBUNGAN KETERTARIKAN IKLAN DOMESTOS NOMOS PADA MEDIA TELEVISI TERHADAP MINAT BELI IBU-IBU RUMAH TANGGA RW 06 KELURAHAN PANINGGILAN UTARA CILEDUG-TANGERANG" (versi cicak-cicak di dinding).

Dan sehingga tercapai satu tahapan belajarku tentang dunia ini, dan salah satu dari tahapan itu adalah skripsi. Mengingat tidak adanya sesuatu yang sempurna dan hanya Allah yang maha sempurna maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun setidaknya penulis sudah mencoba untuk melalui segala rintangan yang cukup besar dan segala cobaan yang ada, maka inilah hasil dari sebuah proses untuk menuju masa depan.

Skripsi ini disusun dan di persiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Periklanan Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dengan terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak dan penghargaan sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual . Untuk itu dengan ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Santa Margareta Niken Restaty, S.Sos, M.Si, Dosen Pembimbing Akademik Periklanan 2001, Universitas Mercu Buana, Jakarta dan juga selaku Pembimbing I terima kasih karena telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi dan statistik untuk penelitian ini dan mengajari penulis hingga selesai.
2. Bapak Heri Budianto, S.Sos, M.Si, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
3. Kedua Orang Tua-qu tercinta Papa dan Mama (Damis dan Syamsiyatun) yang telah banyak membantu baik secara materil dan spiritual. Selama ini selalu mendoakan penulis dalam Sholatnya, memberikan nasehat-nasehat dan semangat serta segala bantuan yang tak ternilai. I Love You.
4. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Drs. Akhmad Mulyana, M.Si, Ketua Bidang Studi Periklanan, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih memberikan ijin penulis untuk menyusun skripsi.
6. Drs. Rohmat, Lurah Paninggilan Utara Ciledug Tangerang, atas informasi penduduk yang digunakan penulis sebagai populasi dalam penelitian ini.
7. Ibu Laila Jafar dan Ibu Tanti Human Research Development PT. Unilever Jakarta terima kasih banyak atas data-data yang diperlukan penulis untuk penelitian ini.
8. Mas Nawawi Reporter B&B Majalah Marketing dan Periklanan, Jakarta, terima kasih banyak atas data skripsi TVC Domestos NoMos, tanpa mas saya tidak akan bisa sidang.
9. Drs. I Adrian Hadi, Ketua RW 06 Paninggilan Utara Ciledug Tangerang, terima kasih atas ijin penyebaran kuisioner.
10. Ibu-ibu Paninggilan Utara RW 06 Ciledug Tangerang, terima kasih banyak mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner yang diberikan penulis.
11. Para Staf TU fikom Pak Hari, Mas Mawi, Mas Erfan, Mba Lila, Mba Hesti dan Mba Yuni terima kasih atas bantuannya mengenai surat menyurat.
12. Para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan, pengalaman dan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
13. For special mas-qu Adi , makasih yach Mas telah memberikan yang terbaik dari yang terbaik love u dan B 6665 CCL sih hitam kharisma yang selalu mengantarkan penulis menuju jalan yang penuh berkah.
14. Terima Kasih untuk Unit Kegiatan Mahasiswa PERS dan Radio FM Mercu Buana yang menjadikan penulis menjadi seorang penulis dengan crew-crewnya Bang Oji, Bang Ridwan, Bang Reza, Bang Deni, Bang Indra, Ka'Lia, Diah, I'il, Hesti, Bayu, Dibud, Mba Endah, Ka' Ela, Yusuf, Lutfi, Agung, Mas Bera 98, Agus, Ricky, Indra, Via, Mike, tuk Dian terima kasih doa, perhatian dan semangatnya. Tyas dan Imoet terima kasih atas doa dan semangat serta persahabatannya teruslah berjuang miss you all..

15. Fikom Fotography Club, Komunitas Mahasiswa Bawah Tanah, DIDAKTIKA dan TRANS Universitas Negeri Jakarta, dan Blo'on thanks a lot. Toto dan Mba Ning terima kasih atas doa-doanya yang tak ternilai.
16. Teman-teman HMJ PARIWARA Mas Doni, Abang Noki, Veri, Ira, Egi, Endah, Ingga, Hijri, Niken, Rifa, Putri, Mba Phita, Tuti, Nita, Retno, Ayu Go'out, Indri, Kenny, Widi Ble'e, Budi, Fajrin, Ryan Dolit, Asep Jana, Bram, Ujang, Bonno, Bule, Obit, Ravi, Nurul, Tamy, Citra, Santi, Ria, Mahdi, Tantri, Hendris, Farhan, Yuyun dan kawan-kawan.
17. Teman-teman di Advertising Class A dan angkatan 2001 Universitas Mercu Buana Agung Jagur, Alit, CG, Heru, Haris, Agung Botax, Tyo, Abe, Amar, Wayan, fajar, Dedi, Evri, Mami, Eriska, Hana, Eka, Yona, Mami, Amin, Jefri, Dede Gimbal, Yuni, Ichay, Thanks for your support.
18. Teman-teman ku di Bungur Dua, Praja Dalam Kebayoran Lama Selatan dan SMU KARTIKA CHANDRA X-1 Anita, Agung, Susi, Rini, Irfan, Heri, Arpi, Milah, Inen, Mimin, Rosi, Alm. Jojo, Batax, Hendi, Youlip, Koko, Mas Wowo, Anto, Heru, Chucan, Christin dan Semua Saudara-saudaraku Budeh Pakdeh, Bule Pale, Mas Mba, Kakak Ade, Keponakan Sepupu terima kasih atas doa, perhatian dan semangatnya.
19. Tuk Dini' 00 thanks atas pengenalan yang singkat support dan kapan belajar bareng SPSS lagi dan Widay' 99 thanks untuk waktunya mau ngajarin program SPSS yang cepat, singkat dan padat.
20. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini atau karya ilmiah lainnya. Semoga semuanya ini bisa menjadi inspirasi dan berguna bagi kehidupan kita bersama, Amin.

Jakarta, Mei 2006

Diah Agustianingsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
TANDA LULUS SIDANG	iii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SALAM	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xv

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pokok Permasalahan	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Signifikansi Penelitian	9
1.4.1. Signifikansi Akademis	9
1.4.2. Signifikansi Praktis	9

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi	10
2.2. Teori Efek Komunikasi	11
2.3. Terpaan Media	14
2.4. Periklanan	17
2.5. Ketertarikan Iklan	18
2.5.1. Daya Tarik Pesan Iklan Rasional	19
2.5.2. Daya Tarik Iklan Perasaan dan Emosi	19
2.6. Unsur-unsur Dalam Iklan Televisi	21
2.7. Iklan di Media Televisi	23
2.8. Minat Beli	27

BAB III

METODOLOGI

3.1. Sifat Penelitian	31
3.2. Metode Penelitian	31

3.3.	Populasi dan Sampel	32
3.3.1.	Populasi	32
3.3.2.	Sampel	33
3.4.	Definisi dan Operasionalisasi Konsep	34
3.4.1.	Definisi Konsep	34
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep	35
3.5.	Hipotesa	37
3.5.1.	Hipotesa Teoritis	37
3.5.2.	Hipotesa Statistik	37
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1.	Data Primer	38
3.6.2.	Data Sekunder	38
3.7.	Pengolahan Dan Analisa Data	39
3.7.1.	Proses Editing	39
3.7.2.	Proses Coding	40
3.8.	Teknik Analisa Data dan Interpretasi Output	41
3.8.1.	Uji Validitas	41
3.8.2.	Uji Reliabilitas	42
3.8.3.	Uji Korelasi	42

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	46
4.1.1.	Identitas Responden	46
4.1.2.	Terpaan Media Terhadap Ibu-ibu Rumah Tangga.....	48
4.1.3.	Ketertarikan Iklan Domestos NoMos di Media TV....	52
4.1.4.	Hubungan AIDCA Pada Minat Beli	59
4.2.	Pembahasan	69
4.2.1.	Terpaan Media	69
4.2.2.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	70
4.2.3.	Uji Hipotesa dan Korelasi	73

BAB V

PENUTUP

5.1.	Kesimpulan	77
5.2.	Saran	79
5.2.1.	Akademis	79
5.2.2.	Praktis	79

DAFTAR PUSTAKA	81
----------------------	----

LAMPIRAN

BIOGRAFI

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Operasionalisasi Konsep	36
Tabel 3.2.	Indeks Reliabilitas	42
Tabel 3.3.	Interpretasi Besaran Koefisien Korelasi	44
Tabel 4.1.	Usia Responden	46
Tabel 4.2.	Tingkat Pendidikan Responden	47
Tabel 4.3.	Tempat Tinggal Wilayah	48
Tabel 4.4.	Responden Yang Pernah Melihat	48
Tabel 4.5.	Waktu Responden Menonton Televisi	49
Tabel 4.6.	Frekuensi Menyaksikan Iklan Domestos NoMos	50
Tabel 4.7.	Intensitas Melihat Iklan Domestos NoMos	50
Tabel 4.8.	Unsur Iklan Yang Diketahui Responden	51
Tabel 4.9.	Ketertarikan Musik/Jingle Iklan Domestos NoMos	52
Tabel 4.10.	Ketertarikan Alur Cerita Iklan Domestos NoMos	53
Tabel 4.11.	Mengetahui Alur Cerita Iklan Domestos NoMos	54
Tabel 4.12.	Mengetahui Logo Obat Nyamuk Bakar Domestos NoMos	55
Tabel 4.13.	Pengenalan Logo Obat Nyamuk Bakar Domestos NoMos	56
Tabel 4.14.	Mengetahui Slogan Obat Nyamuk Bakar Domestos NoMos	57
Tabel 4.15.	Pengenalan Slogan Obat Nyamuk Bakar Domestos NoMos	58
Tabel 4.16.	Musik/Jingle Obat Nyamuk Bakar Domestos NoMos	59
Tabel 4.17.	Gambar/Alur Cerita Iklan Obat Nyamuk Bakar Domestos NoMos.....	60
Tabel 4.18.	Logo Obat Nyamuk Bakar Domestos NoMos	61
Tabel 4.19.	Slogan Iklan Obat Nyamuk Bakar Domestos NoMos	62
Tabel 4.20.	Respon Responden Terhadap Musik/Jingle Iklan	63
Tabel 4.21.	Respon Responden Terhadap Gambar/Alur Cerita Iklan	64
Tabel 4.22.	Respon Responden Terhadap Logo Obat Nyamuk Bakar	65
Tabel 4.23.	Respon Responden Terhadap Slogan Obat Nyamuk Bakar	66
Tabel 4.24.	Minat Beli dan Penggunaan Produk Obat Nyamuk Bakar	67
Tabel 4.25.	Yakin Akan Pilihan Produk Obat Nyamuk Bakar	68
Tabel 4.26.	Correlation Hubungan Ketertarikan Iklan Terhadap Minat Beli.....	71
Tabel 4.27.	Indeks Reliabilitas	72
Tabel 4.28.	Reliability Statistics	72

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1.	Model Stimulus Respons	12
Bagan 2.2.	Teori S - O - R	13



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Sejarah Umum PT. UNILVER INDONESIA**
- Lampiran 2 Surat Permohonan Pengumpulan Data Skripsi Graha Unilever**
- Lampiran 3 Surat Permohonan Pengumpulan Data Skripsi Kelurahan**
- Lampiran 4 Surat Izin Penyebaran Quesioner**
- Lampiran 5 Surat Keterangan Riset dari PT. UNILEVER INDONESIA**
- Lampiran 6 Data Quesioner Penelitian**
- Lampiran 7 Coding Sheet**
- Lampiran 8 Tabel Correlation dan Reliability**
- Lampiran 9 Reliability Analysis**
- Lampiran 10 TV SCRIPT Domestos NoMos**
- Lampiran 11 STORYBOARD iklan Domestos NoMos**
- Lampiran 12 Biografi**

