



SKRIPSI

**EFEKTIVITAS TAYANGAN IKLAN KARTU SELULAR XPLOD DARI
PT. EXCELCOMINDO PRATAMA DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI
KHALAYAK SASARAN WARGA PERUMAHAN GRIYA KENCANA II
CILEDUK TANGERANG (Versi Kencan/Dating)**

Disusun Oleh :

**Diny Prihatin
04300 – 018**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Ilmu Komunikasi Program Studi Periklanan**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN

PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Diny Prihatin
NIM : 04300-018
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Efektivitas Tayangan Iklan Kartu Selular Xplor Dari
PT. Excelcomindo Pratama Di Televisi Terhadap Minat Beli
Khalayak Sasaran Warga Perumahan Griya Kencana II
Cileduk Tangerang (Versi Kencan/Dating)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui

Pembimbing I

SM. Niken Restaty S. Sos M.Si

Pembimbing II

Drs. Amin Sar M. Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Diny Prihatin
NIM : 04300-018
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Efektivitas Tayangan Iklan Kartu Selular Xplor Dari
PT. Excelcomindo Pratama Di Televisi Terhadap Minat Beli
Khalayak Sasaran Warga Perumahan Griya Kencana II
Cileduk Tangerang (Versi Kencan/Dating)

Jakarta, Mei 2006

Ketua Sidang
(Drs. Riswandi M. Si)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

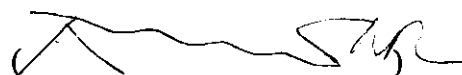
Penguji Ahli
(Drs. Ahmad Mulyana M. Si)

()

Pembimbing I
(SM. Niken Restaty S. Sos M. Si)

()

Pembimbing II
(Drs. Amin Sar M. Si)

()

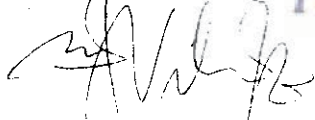
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Diny Prihatin
NIM : 04300-018
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Efektivitas Tayangan Iklan Kartu Selular Xplor dari
PT. Excelcomindo Pratama Di Televisi Terhadap Minat Beli
Khalayak Sasaran Warga Perumahan Griya Kencana II
Cileduk Tangerang (Versi Kencan/Dating)

Jakarta, Mei 2006

Disetujui dan diterima oleh:

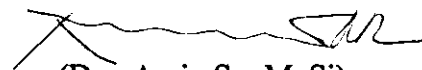
Pembimbing I



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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

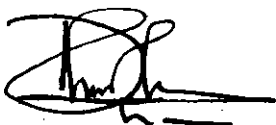
Pembimbing II



(Drs. Amin Sar M. Si)

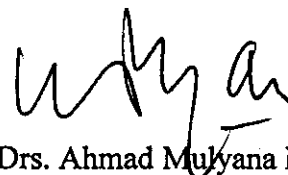
Mengetahui

Dekan FIKOM UMB



(Dra. Diah Wardhani M. Si)

Ketua Bidang Studi



(Drs. Ahmad Mulyana M. Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta alam, karena atas segala rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, setelah melewati berbagai proses panjang, suka dan duka. Namun semua itu sungguh membawa hikmah berharga yang salah satunya menjadikan penulis lebih dekat kepada-Nya.

Selesainya tugas akhir ini tidak datang dengan sendirinya, selain karena kuasa-Nya, adalah karena dukungan semangat dan doa tulus ikhlas dari lingkungan sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu SM. Niken Restaty, S.Sos. M.Si., selaku pembimbing I, karena telah bersedia memberikan bimbingan dan ilmunya kepada penulis, bersedia diganggu baik melalui telepon maupun tatap muka, pagi hari bahkan malam hari disela-sela kesibukan dan istirahatnya.
2. Bapak Drs. Amin Sar M.Si., selaku pembimbing II, untuk meluangkan waktunya ditengah aktivitas yang padat sebagai dosen dan juga praktisi, serta semangat yang diberikan kepada penulis untuk secepatnya menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Diah Wardhani M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Drs. Ahmad Mulyana M.Si., selaku Ketua Jurusan Periklanan.
5. Ibu Dra. Endah Murwani M.Si., selaku Pembimbing Akademik.
6. Segenap dosen jurusan periklanan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama mengikuti perkuliahan di kampus ini.
7. Bapak dan Ibu penulis, atas dukungan moril dan materil, atas segala doa yang tidak pernah berhenti dipanjatkan untuk penulis siang dan malam, untuk ketiga kakak penulis, sekali lagi terima kasih.
8. Bapak Heri dan Ibu Ony Marbun dari Divisi Marketing Communication PT. Excelcomindo Pratama.
9. Bapak Susilo Dwi Hatmanto, selaku Account Director dari Ogilvy & Mather Advertising, karena telah meluangkan waktu untuk memberikan data penelitian serta pengalaman selama menjabat Account Director di berbagai Perusahaan Periklanan di Indonesia, (semoga sikap baik Bapak selama ini bisa menjadikan Bapak lebih berhasil dan membawa berkah untuk kehidupan Bapak dan keluarga).

10. Orang terdekat penulis (Widiyanto Prasetyo), teman-teman dan sahabat-sahabat seperjuangan angkatan 2000, angkatan 1999, angkatan 2001, teman dan sahabat diluar kampus yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Administrasi dan Tata Usaha, Pak Hari, Mas Mawi, Mas Erfan, Mbak Lila dan lainnya, untuk kerjasamanya selama ini.
12. Segenap warga perumahan Griya Kencana II Cileduk Tangerang yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dijadikan sample dalam penelitian.

Jakarta, Mei 2006

Diny Prihatin



DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL	i
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KERANGKA TEORI

2.1. Komunikasi sebagai proses.....	10
2.2. Model Lavidge dan Gary Steiner.....	11
2.3. Efektivitas	12
2.4. Minat beli.....	14
2.5. Media televisi.....	16
2.6. Terpaan Media	21
2.6. Hipotesis	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	23
3.2. Metode Penelitian	23
3.3. Populasi dan Sampel.....	24
3.4. Tehnik Penarikan Sampel	26
3.5. Definisi Konsep	27
3.5.1. Efektivitas	27
3.5.2. Minat Beli	27
3.6. Operasionalisasi Konsep.....	27
3.7. Tehnik Pengumpulan Data	30
3.7.1. Primer	30
3.7.2. Sekunder	31
3.8. Tehnik Analisa Data	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran penelitian	36
4.2. Hasil penelitian	37
4.2.1. Deskripsi Responden	37

4.2.2. Terpaan iklan Xplor di televise.....	42
4.2.3. Efektivitas.....	52
4.2.4. Minat Beli	59
4.3. Pembahasan	63
4.3.1. Terpaan Media	63
4.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
4.3.3. Uji Hipotesa dan Uji Korelasi.....	64
4.3.4. Uji Regresi	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran-saran	68



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1. Operasionalisasi konsep	29
Tabel 3. 2. Interpretasi nilai r.....	37
Tabel 4. 1. Jenis kelamin responden.....	40
Tabel 4. 2. Pekerjaan responden.....	42
Tabel 4. 3. Responden pengguna provider XL	44
Tabel 4. 4. Lama waktu responden menggunakan provider XL.....	45
Tabel 4. 5. Responden yang mengetahui Xplor sebagai kartu pasca bayar dari XL	46
Tabel 4.5.1 Responden pengguna provider XL yang mengetahui Xplor sebagai kartu pasca bayar dari XL	47
Tabel 4. 6. Intensitas responden melihat iklan Xplor di televisi	49
Tabel 4. 7. Stasiun televisi yang menayangkan iklan Xplor.....	50
Tabel 4. 8. Responden yang melihat iklan sampai akhir tayangan.....	51
Tabel 4. 9. Responden berdasarkan durasi iklan	52
Tabel 4.10. Teks iklan yang diingat.....	53
Tabel 4.11. Pengetahuan responden terhadap endoser/model iklan	54
Tabel 4.12. Pengetahuan responden terhadap jumlah endoser/model iklan.....	55
Tabel 4.13. Pengetahuan terhadap slogan iklan.....	56
Tabel 4.14. Pengetahuan responden terhadap bunyi slogan Xplor.....	57
Tabel 4.15. Pengetahuan terhadap logo Xplor.....	58
Tabel 4.16. Pengetahuan terhadap gambar logo Xplor.....	59
Tabel 4.17. Kesadaran responden terhadap pesan iklan Xplor	61
Tabel 4.18. Kesadaran responden terhadap bunyi pesan iklan Xplor.....	62
Tabel 4.19. Pengetahuan responden terhadap alur cerita	63
Tabel 4.20. Alur cerita iklan Xplor.....	64
Tabel 4.21. Kesukaan terhadap manfaat dan keuntungan Xplor	65
Tabel 4.22. Pemilihan Xplor sebagai kartu selular	66
Tabel 4.23. Keyakinan responden terhadap manfaat dan keuntungan Xplor	67
Tabel 4.24. Keyakinan responden untuk menggunakan Xplor.....	68
Tabel 4.25. Minat responden menggunakan Xplor setelah melihat iklan	69
Tabel 4.26. Minat responden menggunakan Xplor berdasarkan manfaat dan keuntungan.....	70
Tabel 4.27. Tabel koefisien korelasi.....	73
Tabel 4.28. Tabel Koefisien regresi.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Coding sheet
3. Tabel Uji Reliabilitas, Uji Korelasi dan Uji Regresi
4. Profil PT. Excelcomindo Pratama
5. Studi kasus iklan Xplor versi “Dating/kencan” di televisi
6. Gambar potongan iklan Xplor di televisi
7. Surat keterangan penelitian

