



**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP  
PERNIKAHAN DINI DAN IMPLIKASINYA PADA  
KEPUTUSAN BERPARTISIPASI DALAM  
PROGRAM GENRE**

**TESIS**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Oleh :**

**ANDINA DEWI LESTARI**

**NIM : 55112110085**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2016**



**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP  
PERNIKAHAN DINI DAN IMPLIKASINYA PADA  
KEPUTUSAN BERPARTISIPASI DALAM  
PROGRAM GENRE**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Oleh :**

**ANDINA DEWI LESTARI**

**NIM : 55112110085**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2016**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Media Iklan terhadap Pernikahan Dini dan Implikasinya pada Keputusan Berpartisipasi dalam Program GenRe

Bentuk Karya Akhir : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Andina Dewi Lestari

NIM : 55112110085

Tanggal : 15 Oktober 2016

**Mengesahkan:**

Pembimbing,



(Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D)

Direktur Program Pascasarjana,



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi Magister Manajemen,



(Dr. Augustina Kurniasih, M.E)

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Media Iklan terhadap Pernikahan Dini dan Implikasinya pada Keputusan Berpartisipasi dalam Program GenRe

Bentuk Karya Akhir : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Andina Dewi Lestari

NIM : 55112110085

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2016



(Andina Dewi Lestari)

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat, kasih dan karunia-Nya penulis mampu menempuh dan menyelesaikan tesis Program Studi Magister Manajemen dengan judul “Pengaruh Media Iklan terhadap Pernikahan Dini dan Implikasinya pada Keputusan Berpartisipasi dalam Program GenRe”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar MM (Magister Manajemen) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Rasa Syukur penulis panjatkan bahwa pada akhirnya beberapa kendala dan hambatan yang dialami dalam penulisan tesis ini dapat diatasi dengan baik, disamping itu penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangannya

Secara khusus pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Orang tua, suami saya tercinta juga adik-adik saya yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Mercubuana.
2. Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D sebagai dosen pembimbing utama yang dengan sepenuh hati meluangkan waktu untuk memberikan saran, masukan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan tesisi ini.
3. Dr. Mudji Sabar, SE, MBA sebagai dosen penguji sidang tesis yang telah memberikan saran, masukan dan arahnya.
4. Dr. Ahmad Badawi S sebagai dosen penguji dan ketua sidang pada ujian sidang tesis yang telah memberikan saran, masukan dan arahnya.
5. Dr. Agustina Kurniasih, M.E sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

6. Prof. Dr. Didik J Rachbini selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana.
7. Seluruh Dosen Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmu pengetahuan, motivasi, bimbingan dan bahkan menjadi teman belajar selama penulis mengikuti proses perkuliahan.
8. Para Staf Administrasi, sekretariat Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana atas pelayanan kepada penulis.
9. Teman teman Program Pascasarjana Universitas Mercubuana angkatan 2012, yang telah menjadi mitra dalam belajar, mengerjakan tugas dan berdiskusi bersama. Penulis akan selalu merindukan dan mengenang kebersamaan yang begitu indah ketika sama sama menimba ilmu dibangku kuliah.
10. Pimpinan dan seluruh karyawan Direktorat Advokasi dan KIE, BKKBN yang turut mendukung penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Mercubuana.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak terkait yang mendukung penulis sehingga karya ilmiah ini rampung sebagaimana yang diharapkan. Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari semua pihak akan menjadi masukan yang berarti bagi penulis.

Kiranya tesis ini dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan bagi perkembangan dunia teknologi informasi secara umum maupun perkembangan domain lokal di Indonesia secara khusus.

Jakarta, Agustus 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
2.1 Lahirnya Ide KB di Indonesia.....	12
2.2 Perkembangan Gerakan KB Nasional.....	12
2.3 Sejarah BKKBN.....	13
2.4 Profil BKKBN.....	15
2.5 Sumber Daya.....	16
2.6 Struktur Organisasi BKKBN.....	18
2.7 Program Generasi Berencana (GenRe).....	20
2.8 Tantangan BKKBN dalam Program GenRe.....	21
2.9 Promosi.....	22

### **BAB III. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP**

3.1 Iklan.....	23
3.2 Media Iklan.....	29
3.3 Pernikahan Dini.....	38
3.3.1 Pengertian Perkawinan.....	38
3.3.2 Pengertian Usia Muda.....	39
3.3.3 Pernikahan Dini.....	39
3.4 Partisipasi.....	43
3.5 Partisipasi Program GenRe sebagai perilaku Masyarakat..	50
3.6 Hubungan Media Iklan terhadap Pernikahan Dini dan Implikasinya pada Keputusan Berpartisipaso dalam Program GenRe.....	52
3.7 Penelitian Terdahulu.....	56
3.8 Kerangka Pikir.....	60
3.9 Hipotesa.....	61

### **BAB IV. METODE PENELITIAN**

4.1 Jenis Penelitian.....	62
4.2 Ruang Lingkup.....	62
4.3 Lokasi Penelitian.....	62
4.4 Pendekatan Penelitian.....	62
4.5 Definisi Konsep.....	63
4.6 Populasi.....	68
4.7 Sampel.....	69
4.8 Jenis dan Sumber Data.....	70
4.9 Teknik Pengumpulan Data.....	70
4.10 Validitas Instrumen.....	71



4.11 Reliabilitas Instrumen.....	72
4.12 Analisis Data.....	72
<b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Karakteristik Responden.....	74
5.2 Uji Validaitas dan Realibilitas.....	75
5.3 Uji Normalitas.....	77
5.4 Uji Multikolinearitas.....	78
5.5 Uji Heterokedasitas.....	80
5.6 Hasil Uji Hipotesis.....	81
5.7 Korelasi Antar Dimensi.....	92
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	95
6.2 Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kelebihan dan Kekurangan media iklan.....	36
Tabel 3.2. Tipe Partisipasi.....	46
Tabel 3.3. Penelitian terdahulu.....	56
Tabel 4.1. Operasional Variabel.....	65
Tabel 4.2. Korelasi Dimensi.....	68
Tabel 5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 5.2. Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 5.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 5.4. Uji Normalitas.....	78
Tabel 5.5. Hasil Pengujian Multikolinearitas Model 1.....	79
Tabel 5.6. Hasil Pengujian Multikolinearitas Model 2.....	80
Tabel 5.7. Koefisien Determinasi $R^2$ Jalur Model 1.....	82
Tabel 5.8. Uji F Jalur Model 1.....	83
Tabel 5.9. Uji t Jalur Model 1.....	84
Tabel 5.10. Koefisien Determinasi $R^2$ Jalur Model 2.....	85
Tabel 5.11. Uji F Jalur Model 2.....	86
Tabel 5.12. Uji t Jalur Model 2.....	87
Tabel 5.13. Korelasi Antar Variabel.....	88
Tabel 5.14. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Pengaruh..	91
Tabel 5.15. Korelasi Antar Dimensi X dengan Y1 dan Y2.....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Perempuan usia 10-59 th menurut umur perkawinan pertama.....	4
Gambar 1.2 Trend Dukungan Anggaran Sosialisasi.....	9
Gambar 2.1. Struktur Organisasi.....	19
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	60
Gambar 5.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	80
Gambar 5.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	81
Gambar 5.3 Kausal Empiris Antar Jalur Model.....	90



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	108
Lampiran 2. Hasil Pengujian Regresi .....	112
Lampiran 3. Uji Korelasi Antar Dimensi.....	119



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA