



**EFEK IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM) BAHAYA  
MEROKOK DI TELEVISI TERHADAP MAHASISWA PEROKOK  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**LA RAYHAN HADDY**

44115110042

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2018**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **EFEK IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM) BAHAYA  
MEROKOK DI TELEVISI TERHADAP MAHASISWA  
PEROKOK UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

Nama : LA Rayhan Haddy

NIM : 44115110042

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Broadcasting*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Januari 2018

Mengetahui,

Pembimbing

(Morissan, SH, MA.)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **EFEK IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM) BAHAYA  
MEROKOK DI TELEVISI TERHADAP MAHASISWA  
PEROKOK UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

Nama : LA Rayhan Haddy

NIM : 44115110042

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Broadcasting*

Jakarta, 31 Januari 2018

Ketua Sidang  
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.

(  )

Penguji Ahli  
Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D.

(  )

Pembimbing I  
Morissan, SH, MA.

(  )

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : EFEK IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM) BAHAYA  
MEROKOK DI TELEVISI TERHADAP MAHASISWA  
PEROKOK UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

Nama : LA Rayhan Haddy  
NIM : 44115110042  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Broadcasting*

Jakarta, 31 Januari 2018

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Morissan, SH, MA.)

Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyio, M.Comn, Ph.D.)

## LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama** : LA Rayhan Haddy  
**NIM** : 44115110042  
**Judul Skripsi** : EFEK IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM)  
BAHAYA MEROKOK DI TELEVISI TERHADAP  
MAHASISWA PEROKOK UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri, jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Mercubuana.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 31 Januari 2018

Yang membuat pernyataan,



**LA Rayhan Haddy**

NIM. 44115110042



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga saya dapat menyelesaikan Pembuatan Skripsi dengan Judul “Efek Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Bahaya Merokok di Televisi Terhadap Mahasiswa Perokok Universitas Mercu Buana Jakarta”. Pembuatan Skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Program Studi *Broadcasting*.

Saya juga mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu saya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi metode penelitian kuantitatif ini. Ucapan terima kasih ini saya sampaikan kepada:

1. Allah Swt. Karena dengan rahmatnya saya bisa menuntaskan skripsi ini.
2. Bapak Morissan, SH, MA Selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi yang tak pernah bosan untuk memberikan pengarahan serta nasihatnya
3. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si selaku ketua bidang studi *broadcasting* yang telah memberikan kesempatan serta pengarahan peneliti untuk melakukan penelitian sebagai tugas akhir dalam menempuh Strata 1 (S-1)
4. Keluarga terutama Kedua Orang Tua Saya yaitu Bapak Dwitono Minahanto dan Ibu Lina Widowati, juga adik saya LA Farhan Rafis yang selalu mendukung saya.
5. Rekan-rekan kerja di PT Infracom Aora, Bapak Achmad Bardianto, Mas Nanang Ismail, Sarah Amatul, Saraswati, Mas Arfan, Mas Irvan, Kang Asep, Husen yang selalu mendukung saya dalam menuntaskan Skripsi.
6. Teman teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat yaitu Syukur Iman, Ihwan Wahidin, Ahmad Rosad, Katon Bagaskara, Khuzaemma, Ary Nur Himawan dan Teman-teman Mahasiwa Universitas Mercu Buana yang telah memberikan semangat dan support untuk saya.

Saya menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang berarti dan membangun, agar skripsi penelitian ini menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata, Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan bisa menjadi inspirasi serta referensi bagi para Mahasiswa lainnya dalam melakukan penelitian selanjutnya dan Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi usaha yang kita lakukan. Amin.

Jakarta, Januari 2018

Peneliti



## DAFTAR ISI

### LEMBAR JUDUL

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Manfaat Akademis .....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Media televisi .....	15
2.2 Pengertian Pengembangan Masyarakat .....	17
2.3 Peranan Televisi Dalam Pengembangan Masyarakat .....	19
2.4 Landasan Hukum Penyiaran Televisi .....	20
2.5 Iklan Sebagai Proses Komunikasi .....	22
2.6 Iklan Layanan Masyarakat .....	24
2.7 Terpaan Iklan .....	26
2.7.1 Frekuensi .....	27
2.7.2 Durasi Iklan .....	30
2.8 Efek Komunikasi Massa .....	30
2.8.1 Efek Kognitif Komunikasi Massa .....	31
2.8.2 Efek Afektif Komunikasi Massa .....	34
2.8.3 Efek Behavioral Komunikasi Massa .....	35
2.9 Kerangka Pemikiran .....	38
2.10 Hipotesis Penelitian .....	39



### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Tipe Penelitian .....	40
3.2. Metode Penelitian .....	40
3.3. Populasi dan Sampel .....	41
3.3.1 Populasi .....	41
3.3.2 Sampel .....	42
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	45
3.4.1 Definisi Konsep .....	45
3.4.2 Operasional Konsep .....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.5.1 Data Primer .....	49
3.5.2 Data Sekunder .....	51
3.6 Hipotesis Statistik .....	52
3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	53

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Validitas dan Reliabilitas .....	55
4.2.1.1 Validitas .....	55
4.2.1.2 Reliabilitas .....	58
4.2.2 Data Responden .....	62
4.2.3 Variabel Bebas Terpaan Iklan .....	63
4.2.4 Variabel Terikat Kognitif .....	65
4.2.5 Variabel Terikat Afektif .....	66
4.2.6 Variabel Terikat Behavioral .....	73
4.2.7 Uji Analisis Data .....	76
4.2.7.1 Korelasi Terpaan Iklan Dengan Kognitif .....	77
4.2.7.2 Korelasi Terpaan Iklan Dengan Afektif .....	78
4.2.7.3 Korelasi Terpaan Iklan Dengan Behavioral .....	79

4.3 Pembahasan .....	80
----------------------	----

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Saran .....	86

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**CV**

