



**EFEKTIVITAS IKLAN TV SMARTFREN ANDROMAX V3s VERSI
“JOFIE” - JOGET SELFIE
(STUDI TERHADAP MAHASISWA AKTIF FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA KAMPUS MERUYA
JAKARTA TAHUN 2014)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing
Communication**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh:

**MIRANTI NADYA ISTIANTI
44312120141**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI SMARTFREN
ANDROMAX V3S VERSI "JOFIE" – JOGET SELFIE
(STUDI TERHADAP MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS
MERCU BUANA KAMPUS MERUYA JAKARTA TAHUN
2014)**

Nama : Miranti Nadya Istianti

NIM : 44312120141

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 04 Februari 2015

Ketua Sidang,
Drs. Dadan Iskandar, M.Si.

(.....)

Penguji Ahli
Morissan, MA.

(.....)

Dosen Pembimbing
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI SMARTFREN
ANDROMAX V3S VERSI "JOFIE" – JOGET SELFIE
(STUDI TERHADAP MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS
MERCU BUANA KAMPUS MERUYA JAKARTA TAHUN
2014)**

Nama : Miranti Nadya Istianti

NIM : 44312120141

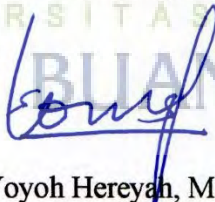
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 04 Februari 2015

Mengetahui,

Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Yoyoh Hereyan, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Dr. Yoyoh Hereyan, M.Si)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI SMARTFREN
ANDROMAX V3S VERSI “JOFIE” – JOGET SELFIE
(STUDI TERHADAP MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS
MERCU BUANA KAMPUS MERUYA JAKARTA TAHUN
2014)**

Nama : Miranti Nadya Istianti

NIM : 44312120141

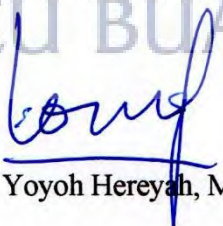
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 04 Februari 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. atas rahmat dan keberasan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul *Efektivitas Iklan Televisi Smartfren Andromax V3s versi “JOFIE” – Joget Selfie (Studi Terhadap Mahasiswa Aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Kampus Meruya Jakarta Tahun 2014)*. Penelitian ini ditulis dan disusun untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar S1 (Stara Satu) Ilmu Komunikasi yaitu pada bidang studi Advertising and Marketing Communication. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis harapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu, sehingga dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua Jurusan Periklanan dan Marketing Komunikasi sekaligus dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik - baiknya.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak / Ibu staf pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membagi ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya.

4. Para staf perpustakaan Universitas Mercu Buana yang selalu membantu penulis dalam mencari berbagai referensi untuk penelitian ini.
5. Ayahanda tercinta, terimakasih atas segala doa yang kau panjatkan, segala dukungan dan kasih sayang yang tak terbatas yang selalu tercurah tanpa lelah untuk ananda.
6. Saudara-saudaraku tercinta, Nuresti Aurelia Novarianti, Rama Adhiyana, Citra Wulan serta semua keluarga terimakasih atas semua dukungan semangat, doa, dan ilmu yang bermanfaat yang selalu dibagi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku tercinta, Yuyu Sudasih, Kusuma Wardani, Sobariyah, terima kasih atas segala dukungan, semangat, doa, dan kebersamaannya selama ini. Persahabatan kita tak akan pernah pudar sampai kapanpun.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Jurusan Advertising and Marketing Communication. Terima kasih atas kebersamaannya dan dukungannya selama ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan dapat menjadi bahan masukan bagi ilmu pendidikan khususnya bidang Advertising and Marketing Communication.

Jakarta, 30 Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Komunikasi	12
2.2 Komunikasi Pemasaran	13
2.3 Iklan dan Periklanan	14
2.3.1 Tujuan Periklanan	15
2.3.2. Fungsi-fungsi periklanan	16
2.4 Media-Media Periklanan	17
2.4.1 Televisi sebagai Media Periklanan	18
2.4.2 Kelebihan Iklan Televisi	19
2.4.3 Kelemahan Iklan Televisi	21
2.4.4 Elemen-elemen Iklan Televisi	24

2.5 Efektivitas Iklan.....	<u>25</u>
2.6 EPIC MODEL	<u>27</u>
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	<u>31</u>
3.1 Tipe Penelitian.....	<u>31</u>
3.2 Metodologi Penelitian	<u>31</u>
3.3 Populasi dan Sampel.....	<u>32</u>
3.3.1 Populasi	<u>32</u>
3.3.2 Sampel	<u>33</u>
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	<u>36</u>
3.4.1 Definisi Konsep	<u>36</u>
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	<u>38</u>
3.5 Teknik Pengumpulan Data	<u>40</u>
3.5.1. Data primer	<u>40</u>
3.5.2 Data Sekunder.....	<u>40</u>
3.6 Metode Pengumpulan Data	<u>40</u>
3.6.1 Uji Validitas.....	<u>40</u>
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	<u>43</u>
3.6.3 Analisis Tabulasi Sederhana.....	<u>43</u>
3.6.4 Skor Rata-rata	<u>44</u>
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	<u>46</u>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	<u>46</u>
4.1.1 Sekilas Tentang PT. SMARTFREN TELECOM, Tbk.....	<u>46</u>
4.1.2 Visi dan Misi PT. SMARTFREN, Tbk.....	<u>47</u>

4.1.3 Nilai - Nilai Perusahaan.....	<u>47</u>
4.1.4 Perjalanan Sejarah PT. SMARTFREN, Tbk	<u>48</u>
4.1.5 Penghargaan Smartfren.....	<u>53</u>
4.1.6 Iklan Televisi Smartfren Andromax V3s Versi “JOFIE” (Joget <i>Selfie</i>).....	<u>54</u>
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	<u>62</u>
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	<u>62</u>
4.2.2 Karakteristik Responden.....	<u>64</u>
4.3. Analisis Data EPIC Model	<u>68</u>
4.3.1. Analisis Dimensi <i>Empathy</i> (Empati)	<u>68</u>
4.3.2 Analisis Dimensi <i>Persuasion</i> (Persuasi).....	<u>70</u>
4.3.3 Analisis Dimensi <i>Impact</i> (Dampak)	<u>73</u>
4.3.4 Analisis Dimensi <i>Communication</i> (Komunikasi).....	<u>75</u>
4.4 EPIC Rate	<u>78</u>
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	<u>84</u>
5.1 Kesimpulan.....	<u>84</u>
5.2 Saran.....	<u>85</u>
DAFTAR PUSTAKA	<u>87</u>
LAMPIRAN	<u>90</u>

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar 10 Merek Ponsel Paling Laris di Indonesia menurut versi IDC	6
Tabel 2. Jenis Media Periklanan	18
Tabel 3. Operasionalisasi Konsep	38
Tabel 4. Skala Likert	39
Tabel 5. Nilai-nilai r Product Moment	41
Tabel 6. Perjalanan Sejarah PT. Smartfren, Tbk.....	49
Tabel 7. Daftar Penghargaan PT. Smartfren Tbk.....	53
Tabel 8. Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 10. Responden berdasarkan Jenis Kelamin (n : 90).....	64
Tabel 11. Responden Berdasarkan Jurusan (n : 90).....	65
Tabel 12. Responden Berdasarkan Usia (n : 90).....	65
Tabel 13. Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan (n : 90).....	66
Tabel 14. Responden Berdasarkan Pekerjaan (n : 90)	67
Tabel 15. Perhitungan Dimensi Empati (<i>Empathy</i>)	68
Tabel 16. Total Skor Rataan Dimensi Empathy.....	69
Tabel 17. Perhitungan Dimensi Persuasi (<i>Persuasion</i>).....	70
Tabel 18. Total Skor Rataan Dimensi <i>Persuasion</i>	72
Tabel 19. Perhitungan Dimensi Dampak (<i>Impact</i>)	73
Tabel 20. Total Skor Rataan Dimensi <i>Impact</i>	74
Tabel 21. Perhitungan Dimensi Komunikasi (<i>Communication</i>).....	75
Tabel 22. Total Skor Rataan Dimensi <i>Communication</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rentang Skala Penilaian EPIC Model.....	45
Gambar 2. Logo Smartfren	48
Gambar 3. Cuplikan Iklan Televisi Smartfren Andromax V3s Versi JOFIE – Joget <i>Selfie</i>	55
Gambar 4. Rentang Skala Keputusan EPIC Model Dimensi <i>Emphaty</i>	70
Gambar 5. Rentang Skala Keputusan EPIC Model Dimensi Persuasi.....	73
Gambar 6. Rentang Skala Keputusan EPIC Model Dimensi <i>Impact</i> (Dampak)...	75
Gambar 7. Rentang Skala Keputusan EPIC Model Dimensi <i>Communication</i>	77
Gambar 8. Graphic Rentang EPIC Rate.....	79