



**“PENGARUH TERPAAN IKLAN TV PARTAI SOLIDARITAS
INDONESIA VERSI MAKAN KETOPRAK PAKAI NASI
TERHADAP CITRA PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA”**

(Survey pada Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2016 Universitas
Mercu Buana Jakarta)

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Khusnul Khotimah

44316010073

**PROGRAM STUDI DIGITAL ADVERTISING &
MARKETING COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khusnul Khotimah
NIM : 44316010073
Jurusan : Digital Advertising & Marketing Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PENGARUH TERPAAN IKLAN TV PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA VERSI MAKAN KETOPRAK PAKAI NASI TERHADAP CITRA PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang di damping oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data, dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 13 Juli 2020



Khusnul Khotimah



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN TV PARTAI
SOLIDARITAS INDONESIA VERSI MAKAN
KETOPRAK PAKAI NASI TERHADAP CITRA
PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA**

Nama : Khusnul Khotimah
NIM : 44316010073
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 20 November 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si)

Ketua Bidang Studi Digital
Advertising & Marcomm

(Yuni Tresnawati M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN TV PARTAI
SOLIDARITAS INDONESIA VERSI MAKAN
KETOPRAK PAKAI NASI TERHADAP CITRA
PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA**

Nama : Khusnul Khotimah
NIM : 44316010073
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 20 November 2020


Ketua Sidang
Dewi Sad Tanti, M.Ikom


(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Penguji Ahli
Nindyta Aisyah Dwityas, S.Ikom., M.Si


(Nindyta A. D, S.Ikom., M.Si)

Pembimbing
Dr. Suraya, M.Si


(Dr. Suraya, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul :”PENGARUH TERPAAN IKLAN TV PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA VERSI MAKAN KETOPRAK PAKAI NASI TERHADAP CITRA PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA”

Nama : Khusnul Khotimah

NIM : 44316010073

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 13 Juli 2020

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Khusnul Khotimah

44316010073

Pengaruh Terpaan Iklan TV Partai Solidaritas Indonesia versi Makan Ketoprak Pakai Nasi Terhadap Citra Partai Solidaritas Indonesia (Survey pada Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2016 Universitas Mercu Buana Jakarta)

Jumlah Halaman : 103 Halaman

Bibliografi : 30 Acuan, Tahun 1996 - 2018

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh terpaan iklan tv Partai Solidaritas Indonesia versi makan ketoprak pakai nasi terhadap citra Partai Solidaritas Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian di masa mendatang mengenai terpaan iklan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode yang digunakan ialah metode survei. Berdasarkan hipotesa penelitian ini menunjukkan bahwa $T_{hitung} = 10,600$ dan $T_{tabel} 1,661$ sehingga $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada pengaruh antara Terpaan Iklan Televisi Partai Solidaritas Indonesia versi Makan Ketoprak Pakai Nasi dengan Citra Partai Solidaritas Indonesia. Sedangkan berdasarkan dari tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Terpaan Iklan TV Partai Solidaritas Indonesia versi Makan Ketoprak Pakai Nasi Terhadap Citra Partai Solidaritas Indonesia, bahwa iklan yang menerpa secara terus menerus dan dikemas secara humor akan menciptakan kesan yang dapat mendukung *brand* tersebut. *Brand* dalam penelitian ini adalah Partai Solidaritas Indonesia.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Televisi, Citra, Partai Solidaritas Indonesia

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Iklan TV Partai Solidaritas Indonesia versi Makan Ketoprak Pakai Nasi Terhadap Citra Partai Solidaritas Indonesia (Survey pada Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2016 Universitas Mercu Buana Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Komunikasi pada Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Dr. Suraya, M.Si, selaku dosen pembimbing yang meberikan bimbingan, arahan, dan bantuan kepada penulis sehingga tugas akhir skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom, selaku Ketua Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan ilmu dan motivasi bagi para mahasiswanya
4. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom, selaku Sekretaris Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan motivasi dan bantuan kepada penulis.
5. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir yang telah memberikan saran, motivasi, dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Staff pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana khususnya Bidang Studi Digital Advertising & Marketing

Communication yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang tak pernah ternilai harganya.

7. Kedua orang tua, Bapak Wirno dan Ibu Sulistyowati yang telah memberikan kasih sayang, cinta, do'a, semangat dan fasilitas yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian tugas akhir ini.
8. Keluarga tercinta, saudara-saudara penulis yaitu Dwi Anggraini dan Nadilla Damayanti yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
9. Sahabat penulis dalam grup Lambe Curah yaitu Ayilia, Hayi, Eka, Gita, Ira, Dewi serta grup Cangkeme Lemes yaitu Niken, Alda, Indri yang telah memberikan semangat, dukungan, dan membantu penulis dalam menyusun tugas akhir skripsi ini.
10. Teman spesial penulis Qasim Jihaddin Fajri yang telah memberikan motivasi, dukungan dan membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman Jurusan Digital Advertising & Marketing Communication angkatan 2016 reguler 1 atas dukungan, pengalaman, dan kebersamaannya.

Semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan serta ilmu mengenai dunia periklanan. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, kritik dan saran yang dapat membangun penelitian ini sangat dibutuhkan.

Jakarta, 8 Juli 2020



Khusnul Khotimah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Politik.....	18
2.2.2 Terpaan Iklan.....	20
2.2.3 Iklan.....	21
2.2.4 Citra.....	23
2.3 Hipotesis Teori.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel.....	29

3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	31
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	31
3.4.1 Definisi Konsep.....	31
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Analisis Data.....	37
3.7 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	40
3.8 Hipotesis Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Sejarah Partai Solidaritas Indonesia (PSI).....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Profile Responden.....	45
4.2.2 Analisis Terpaan Iklan (X).....	46
4.2.3 Analisis Citra (Y).....	52
4.2.4 Uji Korelasi.....	61
4.2.5 Uji Regresi Linier Sederhana.....	62
4.2.6 Uji Hipotesis Statistik.....	63
4.3 Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Akademis.....	66
5.2.2 Saran Praktis.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
CV.....	70
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 : Jumlah Populasi	29
Tabel 3.2 : Pengambilan Sampel.....	31
Tabel 3.3 : Operasionalisasi Konsep.....	33
Tabel 3.4 : Uji Validitas X	35
Tabel 3.5 : Uji Validitas Y	35
Tabel 3.6 : Uji Reliabilitas X	36
Tabel 3.7 : Uji Reliabilitas Y	36
Tabel 3.8 : Skala Likert.....	38
Tabel 3.9 : Pedoman Derajat Hubungan	40
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 : Usia	45
Tabel 4.3 : Mengetahui Iklan PSI	46
Tabel 4.4 : Mengingat Iklan PSI	46
Tabel 4.5 : Frekuensi (a)	47
Tabel 4.6 : Frekuensi (b)	47
Tabel 4.7 : Intensitas (a).....	48
Tabel 4.8 : Intensitas (b).....	49
Tabel 4.9 : Intensitas (c).....	49
Tabel 4.10 : Intensitas (d).....	50
Tabel 4.11 : Intensitas (e).....	50
Tabel 4.12 : Intensitas (f)	51
Tabel 4.13 : Durasi (a)	52
Tabel 4.14 : Rangsangan (a).....	52
Tabel 4.15 : Rangsangan (b)	53
Tabel 4.16 : Persepsi (a).....	54
Tabel 4.17 : Persepsi (b).....	54
Tabel 4.18 : Persepsi (c).....	55
Tabel 4.19 : Kognisi (a)	56

Tabel 4.20 : Kognisi (b)	56
Tabel 4.21 : Kognisi (c)	57
Tabel 4.22 : Motivasi (a)	58
Tabel 4.23 : Motivasi (b).....	58
Tabel 4.24 : Sikap (a)	59
Tabel 4.25 : Sikap (b).....	60
Tabel 4.26 : Respon (a)	60
Tabel 4.27 : Uji Korelasi	61
Tabel 4.28 : Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.29 : Uji Regresi	62
Tabel 4.30 : Hipotesis Statistik	63



UNIVERSITAS
MERCU BUANA