



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

“EFEKTIVITAS IKLAN MELALUI FITUR TOPADS TOKOPEDIA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI (SURVEY PADA FOLLOWERS
ONLINE SHOP ANDALUS PILLOW)”

TUGAS AKHIR SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Mochammad Bagas Pratama

44319010067

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochammad Bagas Pratama
NIM : 44319010067
Program Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : Efektivitas Iklan Melalui Fitur Topads Tokopedia Sebagai Media Promosi (Survey Pada Followers Online Shop Andalus Pillow)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 06 September 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mochammad Bagas Pratama

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi diajukan oleh:

Nama : Mochammad Bagas Pratama
NIM : 44319010067
Program Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : Efektivitas Iklan Melalui Fitur Topads Tokopedia Sebagai Media Promosi (Survey Pada Followers Online Shop Andalus Pillow)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi/ Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom ()
NIDN : 0316129201
Ketua Penguji : Dr. Suraya, M.Si ()
NIDN : 0327116802
Penguji Ahli : Eka Perwitasari, M.Ed ()
NIDN : 0316088201

Jakarta, 06 September 2023

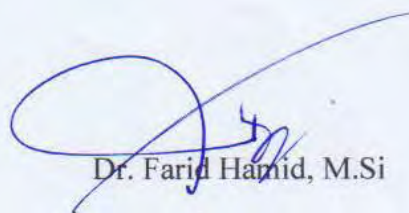
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid, M.Si

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochammad Bagas Pratama

NIM : 44319010067

Program Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Judul Skripsi : Efektivitas Iklan Melalui Fitur Topads Tokopedia Sebagai Media Promosi (Survey Pada Followers Online Shop Andalus Pillow)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 06 September 2023

Yang menyatakan,



(Mochammad Bagas Pratama)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini. Adapun judul Tugas Akhir Skripsi yang saya ajukan adalah “Efektivitas Iklan Melalui Fitur Topads Tokopedia sebagai Media Promosi (Survey Pada Followers Online Shop Andalus Pillow)”.

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan Tugas Akhir Skripsi ini. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom. selaku Dosen pembimbing saya yang banyak sekali membantuterselesaikannya proposal tugas akhir ini, dengan mengarahkan saya mengerjakannya, memberi saran, masukan-masukan yang membangun.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella M.Si, selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Enjang Pera Irawan, M.Ikom, selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr.A.RahmanHI,M.Si,selakuKetua sidangSeminarProposal.
5. Bapak Prof. Ahmad Mulyana M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dewi Sad Tanti S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Riset Komunikasi yang telah memberikan berbagai arahan dan masukan kepada saya.
7. Keluarga saya,khususnya Almarhum Ayah Encu Supardi dan Mamah Atri Febriyanti yang selalu mendukung seluruh kegiatan saya selama berkuliah di Universitas Mercu Buana.

8. Gilang Pamungkas, selaku sumber utama yang menjadi sumber informasi dalam penelitian saya.
9. Seluruh informan (pengikut akun Tokopedia Andalus Pillow) yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang telah disebar)
10. Senior-senior saya, Muhamad Zainul Mafakhir S.Kom, Uyun Imaniar S.Ikom, Ulmaulidio Muntaza S.Tr.Pel, Reyhan Siagian S.Ikom, Rakryan Mahatma S.Ant. yang selalu memberikan motivasi dan semangat agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat saya, Shania Andriana Aploegi, Rallyo Dindo, Rahmat Rifantono, Sandra Aulia, Aditya Danny Prayoga, Rafli Rantauja S.M, Muhammad Radivan Azka, Ferari Hayu Andani, Irish Ade Pertiwi, dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu.

Saya menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Agustus 2023

Mochammad Bagas Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Secara Teoritis	9
1.4.2 Secara Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	20
2.3 Bauran Komunikasi Pemasaram.....	21

2.4 Periklanan	23
2.5 Efektivitas Periklanan	24
2.5.1 Digital Advertising	25
2.6 EPIC Model	25
2.7 Promosi	28
2.7.1 Promosi Online	29
2.8 Electronic Commerce	30
2.8.1 Tokopedia	31
BAB II METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Populasi & Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Teknik Penarikan Sampel	36
3.4.1 Karakteristik Sampel	36
3.5 Definisi dan Operasional Konsep	37
3.5.1 Definisi Variabel	37
3.5.2 Operasionalisasi Konsep	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6.1 Data Primer	41
3.6.2 Data Sekunder	42
3.7 Validitas dan Reliabilitas	42
3.7.1 Validitas	42
3.7.2 Reliabilitas	45
3.8 Teknik Analisis Data	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Objek Penelitian	50
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.2 Gambaran Umum Produk.....	50
4.1.3 Deskripsi Responden Penelitian.....	51
4.2 Karakteristik Responden	52
4.2.1 Jenis Kelamin	52
4.2.2 Usia.....	53
4.3 Pengukuran Efektifitas	54
4.3.1 Dimensi Empathy.....	54
4.3.2 Dimensi Persuasi	57
4.3.3 Dimensi Impact	61
4.4.4 Dimensi Communication.....	64
4.4 Pengukuran EPIC	67
4.5 Hasil Penelitian.....	73
4.6 Pembahasan Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran Akademis.....	80
5.2.2 Saran Praktis.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	1
1.2 Persentase Belanja Online.....	2
1.3 Data Pengguna E-Commerce di Indonesia	3
1.4 Data E-Commerce di Indonesia	4
1.5 Fitur TopAds Tokopedia.....	5
1.6 Data Statistik Penggunaan Fitur Topads.....	7
1.7 Andalus Pillow Official Store	8
3.1 Data Followers Andalus Pillow Official store	34
3.2 Rumus Pearson Product Moment.....	43
3.3 Rumus Alpha Cronbach	47
4.1 Logo Tokopedia	50
4.2 Akun Tokopedia Andalus Pillow Official Store	51



DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	10
3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	37
3.2 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas.....	44
3.3 Tabel Tingkatan Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	46
3.4 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Efektivitas.....	47
3.5 Tabel Skala Likert.....	48
3.6 Tabel Quartil dalam Likert Summating Rating (LSR)	49
4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia.....	53
4.3 Respon Responden pada Butir 1	54
4.4 Respon Responden pada Butir 2	55
4.5 Respon Responden pada Butir 3	56
4.6 Respon Responden pada Butir 4	57
4.7 Respon Responden pada Butir 5	57
4.8 Respon Responden pada Butir 6	58
4.9 Respon Responden pada Butir 7	59
4.10 Respon Responden pada Butir 8	60
4.11 Respon Responden pada Butir 9	61
4.12 Respon Responden pada Butir 10	61
4.13 Respon Responden pada Butir 11	62
4.14 Respon Responden pada Butir 12	63
4.15 Respon Responden pada Butir 13	64
4.16 Respon Responden pada Butir 14	65
4.17 Respon Responden pada Butir 15	66
4.18 Respon Responden pada Butir 16	66

4.19 Hasil Dimensi Empathy	68
4.20 Hasil Dimensi Persuasi	69
4.21 Hasil Dimensi Impact.....	71
4.22 Hasil Dimensi Communication	73
4.23 Hasil keseluruhan dimensi	74



UNIVERSITAS
MERCU BUANA