



**PENGARUH ISI PESAN PROMOSI *FACEBOOK* PUSPA
SWARA PUBLISHER TERHADAP MINAT BELI BUKU**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun oleh:
VIDIA CAHYANI AYUNINGTYAS
44312110063

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



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH ISI PESAN PROMOSI *FACEBOOK*
PUSPA SWARA PUBLISHER TERHADAP
MINAT BELI BUKU**

Nama : Vidia Cahyani Ayuningtyas

NIM : 44312110063

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Februari 2015

Mengetahui,
Pembimbing

(Ira Purwitasari, M.Ikom.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH ISI PESAN PROMOSI *FACEBOOK*
PUSPA SWARA PUBLISHER TERHADAP
MINAT BELI BUKU**

Nama : Vidia Cahyani Ayuningtyas

NIM : 44312110063

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 24 Februari 2015

Ketua Sidang,
Tri Diah Cahyowati, M.Si.

(.....)

Penguji Ahli,
SM Niken Restaty, M.Si.

(.....)

Pembimbing,
Ira Purwitasari, M.Ikom.

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH ISI PESAN PROMOSI *FACEBOOK* PUSPA SWARA PUBLISHER TERHADAP MINAT BELI BUKU**

Nama : Vidia Cahyani Ayuningtyas

NIM : 44312110063

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 24 Februari 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Ira Purwitasari, M.Ikom.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

an-

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Advertising & Marcomm

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Isi Pesan Promosi Facebook Puspa Swara Publisher terhadap Minat Beli Buku” tepat pada waktunya.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian tingkat sarjana Strata 1 pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, jurusan *Advertising and Marketing Communication*.

Dalam pelaksanaannya, proses penyusunan skripsi ini telah mendapatkan bantuan yang berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan keikhlasan, ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dosen pembimbing Ira Purwitasari, M.Ikom, yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta keluahan waktu dengan penuh kesabaran dan pengertian selama pengerjaan penulisan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi program studi *Advertising and Marketing Communication* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengajaran dan pendidikan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi ini.

3. PT. Puspa Swara sebagai tempat penulis melakukan penelitian serta seluruh karyawan khususnya tim Marketing Communication Puspa Swara yang telah membantu kelangsungan penelitian skripsi ini.
4. Keluarga penulis, mama, kakak, dan saudara lainnya yang selalu menyemangati penulis.
5. Sahabat-sahabat terbaik Reiny, Roslina, Rizkqyan dengan dorongan dukungan untuk terus semangat berjuang mengerjakan skripsi ini.
6. Wisnu Yudowibowo sebagai *partner* yang sangat baik, selalu menemani dan banyak membantu penulis untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Seluruh rekan-rekan seperjuangan angkatan 21, Bang Iik, Erpha, Baim, Fatia, Fitri, Ame, Haris, Mba Wulan, Mba Titi, Shandy, yang selalu bersama-sama berjuang dan berdiskusi, menyemangati satu sama lain, bermain, susah senang di kampus kita selalu bersama.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, karena telah memberikan dukungan dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Diperlukan kritik dan saran membangun bagi penyempurnaan skripsi ini, sehingga bermanfaat bagi banyak orang dan memiliki nilai ibadah. *Aamiin*.

Jakarta, Februari 2015

Vidia Cahyani Ayuningtyas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.3 Ciri-ciri Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2 Komunikasi.....	12
2.3 Isi Pesan.....	15
2.3.1 Definisi Isi Pesan	15
2.3.2 Isi Pesan di Media Online.....	17
2.4 Promosi.....	18
2.4.1 Definisi Promosi	18
2.4.2 Tujuan Promosi.....	19

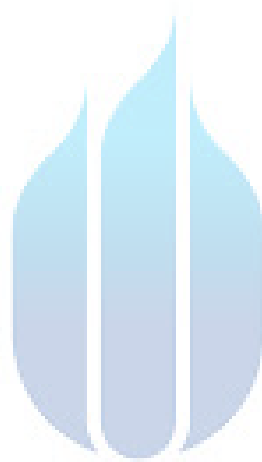
2.5	Media Online	20
2.5.1	Media Online untuk Kegiatan Promosi	20
2.5.2	Facebook.....	25
2.6	Hierarki Respon Model AIDA	25
2.7	Minat Beli	29
2.8	Hipotesis Penelitian	32
III.	METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1	Tipe Penelitian.....	33
3.2	Metode Penelitian	33
3.3	Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel	35
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	36
3.4.1	Definisi Konsep	36
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1	Data Primer	38
3.5.2	Data Sekunder.....	38
3.6	Teknik Analisis Data	39
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.2	Pengujian Hipotesis	46
3.6.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	47
3.6.4	Analisis Koefisien Korelasi	48

IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1	Profile PT. Puspa Swara	49
4.1.2	Struktur Organisasi PT. Puspa Swara.....	53
4.1.3	Visi & Misi PT. Puspa Swara	54
4.1.4	Facebook Puspa Swara Publisher	54
4.2	Hasil Penelitian.....	56
4.2.1	Deskripsi Data Demografi Responden	56
4.2.2	Isi Pesan Promosi Facebook	58
4.2.3	Minat Beli Buku	63
4.3	Uji Hipotesis	68
4.3.1	Nilai Persamaan Regresi Linier Sederhana Isi Pesan Promosi Facebook Terhadap Minat Beli Buku	68
4.3.2	Uji Korelasi Isi Pesan Promosi Facebook dengan Minat Beli Buku.....	70
4.3.3	Koefisien Determinasi Isi Promosi Facebook terhadap Minat Beli Buku	72
4.4	Pembahasan	73
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hierarki Respon Model AIDA.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2 Skala Likert.....	40
Tabel 3.3 Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X	42
Tabel 3.4 Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Y	43
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 3.6 Kategori Uji Hipotesis Penelitian	46
Tabel 3.7 Interval Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 4.1 Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Demografi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.3 Demografi Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.4 Pertanyaan Kuesioner No.1	58
Tabel 4.5 Pertanyaan Kuesioner No.2	59
Tabel 4.6 Pertanyaan Kuesioner No.3	60
Tabel 4.7 Pertanyaan Kuesioner No.4	61
Tabel 4.8 Pertanyaan Kuesioner No.5	61
Tabel 4.9 Pertanyaan Kuesioner No.6	62
Tabel 4.10 Pertanyaan Kuesioner No.7	63
Tabel 4.11 Pertanyaan Kuesioner No.8	64
Tabel 4.12 Pertanyaan Kuesioner No.9	64
Tabel 4.13 Pertanyaan Kuesioner No.10	65
Tabel 4.14 Pertanyaan Kuesioner No.11	66

Tabel 4.15 Pertanyaan Kuesioner No.12	67
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Sederhana	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Korelasi	70
Tabel 4.18 Interval Koefisien Korelasi.....	71
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4.20 Klasifikasi Buku	76



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Facebook Puspa Swara Publisher	55
Gambar 4.2 Tampilan isi pesan Facebook Puspa Swara Publisher	75

