



**PENGARUH TERPAAN IKLAN SABUN CUCI TANGAN DETTOL
TERHADAP SIKAP AKAN KESADARAAN MENCUCI TANGAN ANAK
SDN JELAMBAR BARU 09 PAGI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Visual and Art Communication

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh :
GITA NOVAYANTI

44411010030

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2015

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN SABUN CUCI
TANGAN DETTOL TERHADAP SIKAP AKAN
KESADARAN MENCUCI TANGAN ANAK SDN
JELAMBAR BARU 09 PAGI**

Nama : Gita Novayanti

NIM : 44411010030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Coomunication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 April 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(S. M. Niken Restaty, S.Sos. M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN SABUN CUCI
TANGAN DETTOL TERHADAP SIKAP AKAN
KESADARAN MENCUCI TANGAN ANAK SDN
JELAMBAR BARU 09 PAGI**

Nama : Gita Novayanti

NIM : 44411010030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 April 2015

Ketua Sidang

Rahmadya Putra Nugraha, M.Si

(.....)

Penguji Ahli

Afdal Makkuraga Putra, S.Sos., M.Si.

(.....)

Pembimbing

S. M. Niken Restaty, S.Sos., M.Si.

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN SABUN CUCI
TANGAN DETTOL TERHADAP SIKAP AKAN
KESADARAN MENCUCI TANGAN ANAK SDN
JELAMBAR BARU 09 PAGI**

Nama : Gita Novayanti

NIM : 44411010030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Coomunication

UNIVERSITAS
Jakarta, 14 April 2015
MERCU BUANA

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

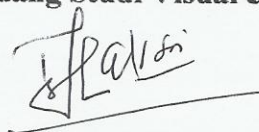


(S. M. Niken Restaty, S.Sos. M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Bidang Studi Visual & Art Comm.



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Dadan Iskandar, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, berkat dan nikmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini sesuai dengan harapan peneliti. Meskipun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **“PENGARUH TERPAAN IKLAN SABUN CUCI TANGAN DETTOL TERHADAP SIKAP KESADARAN MENCUCI TANGAN ANAK SDN JELAMBAR BARU 09 PAGI”**.

Skripsi ini di susun dengan maksud untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Visual and Art Communication, Universitas Mercu Buana Jakarta. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu S. Margaretha Niken Restaty, S.Sos. M.Si, selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing saya dengan sabar.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Pembimbing Akademik dan Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selalu membimbing peneliti sebagai mahasiswa dalam masa studi.
3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dadan Iskandar, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Visual and Art Communication yang membimbing peneliti sebagai mahasiswi dalam masa studi.
5. Kedua orang tua saya Bapak Eko Sutono.SE dan Ibu Tuti Kurniasih S.Pd yang telah memberikan support dalam bentuk doa, materi dan nasehat selama masa studi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan semangat kepada peneliti.
7. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Para staff perpustakaan yang membantu berbagai keperluan penulis.
9. Keluarga Besarku, adik-adikku Nurul Chairah dan Muhammad Rizky Nugroho yang bayi-bayi, terima kasih telah memberikan support dan doa.
10. Teman-teman saya di kampus Endah Nurmaghfiroh Febriyanti, Rina Hilmi Farida, Rurin Estariani, Indhah Mulyunita, Anggie Anggraeni, Lina Oktavia, Ira Rachmah Latifa, dan Ayudia yang sudah membantu dan memberikan semangat.
11. Teman-teman Visual and Art Communication 2011 Universitas Mercu Buana yang telah melewati beberapa tahun bersama.
12. Cotters, Arlin Rahmadini Giantri Putri, Sri Zonihastuty, Beutari Octaviani, Devianggi Putri, Kiki Intan Amatunnisa, Winda Asmarani, Ratna Adhillah, terima kasih dukungannya, semangat serta doa yang telah diberikan.

13. Adik-adik dan para Guru di SDN Jelambar Baru 09 Pagi, Jakarta yang telah membantu pada proses penelitian ini, serta memberikan support dan doa.

14. Panji Adi Nugroho yang selalu membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya. Besar harapan peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pihak yang membacanya.



Jakarta, 16 Maret 2015

Gita Novayanti

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan 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	
2.1 Efek Komunikasi Massa	9
2.1.1 Sikap.....	12
2.1.1.1 Pembentukan Sikap	13
2.1.1.2 Fungsi Sikap	15
2.1.1.3 Ciri-Ciri Sikap	16
2.1.1.4 Pengukuran Sikap.....	17
2.2 Periklanan.....	18
2.2.1 Fungsi-Fungsi Periklanan.....	19

2.2.2 Pesan Iklan.....	21
2.3 Iklan Televisi.....	22
2.3.1 Elemen-Elemen Iklan Televisi.....	23
2.3.2 Kekuatan Dan Kelemahan Iklan Televisi	25
2.4 Anak.....	27
2.4.1 Memahami Perkembangan Anak.....	28
2.4.2 Masa Usia Sekolah Dasar	29
2.4.3 Lingkungan Perkembangan	31
2.4.4 Sikap terhadap Hidup Sehat	32
2.5 Teori S-O-R.....	34
 BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Teknik Sampling.....	37
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel	39
3.4 Definisi Dan Operasionalisasi Konsep	40
3.4.1 Definisi Konsep	40
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1 Data Primer.....	42
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas	45
3.7 Teknik Analisis Data	47

3.7.1 Editing	47
3.7.2 Coding	47
3.7.3 Analisis Data.....	48
3.7.3.1 Tabulasi.....	49
3.7.3.2 Korelasi	49
3.7.3.3 Regresi	51
3.7.3.4 Langkah Pengujian Hipotesis.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	53
4.1.1 Sejarah PT. Reckitt Benckiser	53
4.1.2 Ruang Lingkup Usaha PT. Reckitt Benckiser	53
4.1.3 Merek Dettol.....	54
4.1.3.1 Produk Dettol	55
4.1.3.2 Misi Dettol	56
4.1.3.3 Gambaran Iklan Sabun Cuci Tangan Dettol	57
4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Data Responden	61
4.2.1.1 Kelas Responden	61
4.2.1.2 Umur Responden.....	62
4.2.1.3 Jenis Kelamin Responden	63
4.2.1.4 Penjelasan Menonton Iklan Sabun Cuci Tangan...	63
4.2.2 Terpaan Iklan	63
4.2.3 Sikap.....	73
4.3 Pembahasan.....	87
4.3.1 Uji Korelasi	87

4.3.2 Uji Regresi.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Akademis	95
5.2.2 Saran Praktis	95
LAMPIRAN	xviii



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABLE

Tabel 3.1 Populasi	38
Tabel 3.2 Sampel	39
Tabel 3.3 Operasional Konsep	41
Tabel 3.4 Skala Likert.....	43
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel X (Terpaan Iklan).....	44
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Y (Sikap).....	44
Tabel 3.7 Tingkat Reliabilitas Alpha Cronbach.....	46
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Terpaan Iklan (X)	46
Tabel 3.9 Uji Realibilitas Sikap (Y)	46
Tabel 3.10 Koefisien Korelasi.....	50
Tabel 4.1 Kelas Responden.....	61
Tabel 4.2 Umur Responden.....	62
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	63
Tabel 4.4 Penjelasan Menonton Iklan Sabun Cuci Tangan Dettol.....	63
Tabel 4.5 Kuesioner Terpaan Iklan No. 1.....	64
Tabel 4.6 Kuesioner Terpaan Iklan No. 2.....	65
Tabel 4.7 Kuesioner Terpaan Iklan No. 3.....	65
Tabel 4.8 Kuesioner Terpaan Iklan No. 4.....	66
Tabel 4.9 Kuesioner Terpaan Iklan No. 5.....	66
Tabel 4.10 Kuesioner Terpaan Iklan No. 6.....	67
Tabel 4.11 Kuesioner Terpaan Iklan No. 7.....	68
Tabel 4.12 Kuesioner Terpaan Iklan No. 8.....	68
Tabel 4.13 Kuesioner Terpaan Iklan No. 9.....	69
Tabel 4.14 Kuesioner Terpaan Iklan No. 10.....	69
Tabel 4.15 Kuesioner Terpaan Iklan No. 11.....	70

Tabel 4.16 Kuesioner Terpaan Iklan No. 12	71
Tabel 4.17 Kuesioner Terpaan Iklan No. 13	71
Tabel 4.18 Kuesioner Terpaan Iklan No. 14	72
Tabel 4.19 Kuesioner Terpaan Iklan No. 15	72
Tabel 4.20 Kuesioner Sikap No. 1.....	73
Tabel 4.21 Kuesioner Sikap No. 2.....	74
Tabel 4.22 Kuesioner Sikap No. 3.....	75
Tabel 4.23 Kuesioner Sikap No. 4.....	75
Tabel 4.24 Kuesioner Sikap No. 5.....	76
Tabel 4.25 Kuesioner Sikap No. 6.....	76
Tabel 4.26 Kuesioner Sikap No. 7.....	77
Tabel 4.27 Kuesioner Sikap No. 8.....	78
Tabel 4.28 Kuesioner Sikap No. 9.....	78
Tabel 4.29 Kuesioner Sikap No. 10.....	79
Tabel 4.30 Kuesioner Sikap No. 11.....	79
Tabel 4.31 Kuesioner Sikap No. 12.....	80
Tabel 4.32 Kuesioner Sikap No. 13.....	81
Tabel 4.33 Kuesioner Sikap No. 14.....	81
Tabel 4.34 Kuesioner Sikap No. 15.....	82
Tabel 4.35 Kuesioner Sikap No. 16.....	82
Tabel 4.36 Kuesioner Sikap No. 17.....	83
Tabel 4.37 Kuesioner Sikap No. 18.....	84
Tabel 4.38 Kuesioner Sikap No. 19.....	84
Tabel 4.39 Kuesioner Sikap No. 20.....	85
Tabel 4.40 Kuesioner Sikap No. 21.....	85
Tabel 4.41 Kuesioner Sikap No. 22.....	86
Tabel 4.42 Correlations.....	87

Tabel 4.42 Model Summary.....	89
Tabel 4.43 ANOVA.....	90
Tabel 4.44 Coefficients	91

