

**PERSEPSI CALON *FRANCHISEE* DAN *FRANCHISEE* TERHADAP  
IKLAN SEMERBAK COFFEE PADA MEDIA INTERNET**

**( Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Calon *Franchisee* dan  
*Franchisee* Terhadap Iklan Semerbak Coffee Pada Media Internet Melalui  
Pendekatan Daya Tarik)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi ( S.I.Kom)**

**Oleh**

**Selgy Mukti Aji**

**070903219 / Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2012**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERSEPSI CALON FRANCHISEE DAN FRANCHISEE TERHADAP IKLAN  
SEMERBAK COFFEE PADA MEDIA INTERNET**

( Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Calon Franchisee dan Franchisee Terhadap  
Iklan Semerbak Coffee Pada Media Internet Melalui Pendekatan Daya Tarik)

**SKRIPSI**

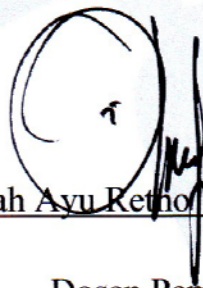
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar S.I.KOM  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

SELGY MUKTI AJI

NPM : 070903219/ KOM

Disetujui Oleh



Dhyah Ayu Retho Widyastuti, M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Persepsi Calon Franchisee dan Franchisee Terhadap Iklan Semerbak Coffee Pada Media Internet

( Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Calon Franchisee dan Franchisee Terhadap Iklan Semerbak Coffee Pada Media Internet Melalui Pendekatan Daya Tarik) .

Penyusun : Selgy Mukti Aji

NIM : 07 09 03219 / Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/ Tanggal : Rabu/ 13 Juni 2012

Pukul : 09.30 WIB

Tempat : Ruang pendadaran lantai 1 gedung FISIP

### TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, M.Si.

Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si.

Penguji 1

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Penguji 2



Handwritten signatures of the examiners, each placed above a horizontal dotted line.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tandgan di bawah ini:

Nama : Selgy Mukti Aji

No. Mahasiswa : 07 09 03219

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Persepsi Calon Franchisee dan Franchisee Terhadap Iklan Semerbak Coffee Pada Media Internet

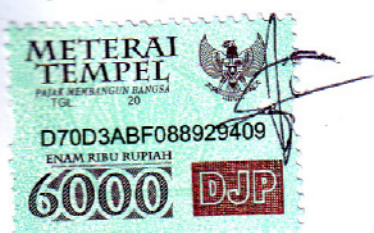
( Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Calon Franchisee dan Franchisee Terhadap Iklan Semerbak Coffee Pada Media Internet Melalui Pendekatan Daya Tarik)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme maupun pencurian hasil karya milik orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material.

Bila kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan saya ini, saya bersedia diproses oleh Tim Fakultas untuk melakukan verifikasi.

Yogyakarta, 7 Juni 2012

Saya menyatakan,



Selgy Mukti Aji

## ABSTRAKSI

### PERSEPSI CALON *FRANCHISEE* DAN *FRANCHISEE* TERHADAP IKLAN SEMERBAK COFFEE PADA MEDIA INTERNET

( Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Calon *Franchisee* dan *Franchisee* Terhadap Iklan Semerbak Coffee Pada Media Internet Melalui Pendekatan Daya Tarik)

Salah satu strategi untuk mengembangkan bisnis melalui modal orang lain/ investor adalah menjadikan bisnis tersebut sebagai bisnis *franchise*. Semerbak Coffee sebagai UMKM telah mewaralabakan (*franchise*) bisnisnya sejak tahun 2010. Internet adalah media yang dipilih Semerbak Coffee untuk menawarkan bisnis *franchise*-nya tersebut. Penggunaan daya tarik pada iklan di media internet adalah elemen penting dalam menarik perhatian konsumen. Daya tarik informatif/rasional dan emosional adalah daya tarik yang bisa digunakan pengiklan pada media internet. Daya tarik dapat dikatakan berfungsi/efektif apabila iklan tersebut memberikan makna (*meaningful*), khas/ berbeda (*distinctive*), dan dapat dipercaya (*believable*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap iklan Semerbak Coffee pada media internet melalui pendekatan daya tarik.

Data diperoleh melalui wawancara kepada 4 narasumber yang digolongkan menjadi narasumber yang belum membeli dan sudah membeli bisnis *franchise* Semerbak Coffee. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap iklan Semerbak Coffee pada media internet melalui pendekatan daya tarik. Sehingga dapat diketahui, penggunaan daya tarik dalam iklan Semerbak Coffee di media internet dalam membentuk persepsi konsumen terhadap Semerbak Coffee sebagai bisnis *franchise*.

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa iklan semerbak coffee pada media internet mempunyai desain yang menarik serta *full colour*. Semerbak Coffee juga memberikan informasi yang lengkap dan informatif pada iklannya. Foto-foto pabrik, gudang, proses pembuatan bahan baku, dan testimoni dari tokoh pengusaha membuat calon *franchisee* dan *franchisee* percaya terhadap bisnis Semerbak Coffee.

**Kata Kunci:** Persepsi, daya tarik iklan, media internet

**MOTTO**

***IF YOU BELIEVE IT, YOU CAN ACHIEVE IT !!***



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat, pertolongan, dan kuasa Tuhan, oleh karena-NYA akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir/ skripsi ini. Tugas akhir/ skripsi ini dapat selesai tidak lepas dengan bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. My Lord, dengan tangan-NYA dia mengarahkan aku ke dalam jalan-NYA.
2. Kedua orang tua yang selalu memberikan support dan dukungan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dalam waktu yang sudah ditargetkan.
3. My brother & my sister, thx untuk dukungan dan motivasinya ;)
4. Dosen pembimbing peneliti yaitu ibu Dyah Ayu Retno W, M.si. Terimakasih baik untuk semua waktu dan pikiran yang diberikan dalam membimbing saya. Walaupun terkadang terjadi perbedaan pendapat, akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Thx bu ;)
5. Sosok someone yang menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini dalam keadaan buruk sekalipun. Karena keadaan buruklah terkadang seorang manusia dapat berubah menjadi lebih baik ☺
6. Ibu F. Anita Herawati, M.si. dan bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA. Yang menjadi dosen penguji, terimakasih atas kritikan dan masukan

terhadap tugas akhir saya. Kritikan dan masukan tersebut menjadikan tugas akhir saya menjadi lebih sempurna.

7. Teman-teman angkatan Fisip UAJY 2007 baik sudah selesai maupun yang sedang berjuang yang selalu memberikan semangat kepada peneliti.
8. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutin satu persatu namanya, thx guys!  
Keep fight!

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan peneliti. Oleh karena itu peneliti sangat menghargai kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 25 Juni 2012

Selgy Mukti Aji



## DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Pernyataan .....	iii
Abstraksi .....	iv
Halaman Motto .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Lampiran .....	xi

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Teori .....	6
F. Kerangka Konsep .....	21
G. Metodologi Penelitian .....	24

## **BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah .....	29
B. Visi Misi dan Budaya Perusahaan .....	30
C. Profil Semerbak Coffee .....	31
D. Iklan Semerbak Coffee pada Media Internet .....	32

## **BAB III ANALISIS DATA**

A. Profil Narasumber .....	41
B. Deskripsi Hasil Penelitian .....	43
C. Analisis Hasil Penelitian .....	55

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	69
Daftar Pustaka .....	71
Lampiran .....	74

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1</b>	<i>Elaboration Likelihood Model</i> .....	8
<b>Gambar 2</b>	Logo Semerbak Coffee .....	31
<b>Gambar 3</b>	Halaman depan ( <i>home</i> ) <i>website</i> <a href="http://www.semerbakcoffee.com">www.semerbakcoffee.com</a> .....	32
<b>Gambar 4</b>	Halaman informasi <i>franchise</i> di <a href="http://www.semerbakcoffee.com">www.semerbakcoffee.com</a> .....	33
<b>Gambar 5</b>	Halaman testimoni di <a href="http://www.semerbakcoffee.com">www.semerbakcoffee.com</a> .....	33
<b>Gambar 6</b>	Halaman foto galeri di <a href="http://www.semerbakcoffee.com">www.semerbakcoffee.com</a> .....	34
<b>Gambar 7</b>	Profil semerbak coffee di <i>facebook</i> .....	35
<b>Gambar 8</b>	Profil semerbak coffee di <i>twitter</i> .....	36
<b>Gambar 9</b>	Informasi profil semerbak coffee di <a href="http://www.waralabaku.com">www.waralabaku.com</a> .....	37
<b>Gambar 10</b>	Informasi penawaran <i>franchise</i> semerbak coffee di <a href="http://www.waralabaku.com">www.waralabaku.com</a> .....	37
<b>Gambar 11</b>	Informasi penawaran <i>franchise</i> semerbak coffee di <a href="http://www.waralabaku.com">www.waralabaku.com</a> .....	38
<b>Gambar 12</b>	Foto-foto semerbak coffee di <a href="http://www.waralabaku.com">www.waralabaku.com</a> .....	38
<b>Gambar 13</b>	Informasi ROI (Return of Investment) <i>franchise</i> semerbak coffee di <a href="http://www.waralabaku.com">www.waralabaku.com</a> .....	39
<b>Gambar 14</b>	Testimoni mitra semerbak coffee di <a href="http://www.waralabaku.com">www.waralabaku.com</a> .....	39

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1</b>	Perusahaan Coffee Both/Coffee Shop di Indonesia.....	3
<b>Tabel 2</b>	Sumber informasi mengenai penawaran bisnis franchise semerbak coffee.....	43
<b>Tabel 3</b>	Persepsi terhadap tipe penampilan iklan faktual (keunggulan).....	45
<b>Tabel 4</b>	Persepsi terhadap tipe penampilan iklan faktual (manfaat).....	46
<b>Tabel 5</b>	Persepsi terhadap tipe penampilan iklan visual/animasi.....	48
<b>Tabel 6</b>	Persepsi terhadap tipe penampilan iklan menggunakan selebritis.....	49
<b>Tabel 7</b>	Persepsi terhadap iklan semerbak coffee ( <i>meaningful</i> ).....	50
<b>Tabel 8</b>	Persepsi terhadap iklan semerbak coffee ( <i>distinctive</i> ).....	51
<b>Tabel 9</b>	Persepsi terhadap iklan semerbak coffee ( <i>believable</i> ).....	53
<b>Tabel 10</b>	Persepsi narasumber terhadap iklan semerbak coffee pada media internet.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : *Interview Guide*

Lampiran 2 : *Interview Result*

