

**PENGARUH TINGKAT TERPAAN IKLAN TVC L-MEN DAN TINGKAT
REKOMENDASI KELOMPOK RUJUKAN TERHADAP TINGKAT
KETERTARIKAN LAKI-LAKI MENGONSUMSI
PRODUK MINUMAN L-MEN**

(Penelitian dilakukan di Body Life Fitnes Club)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

oleh

PRIMUS THEODATUS JEMARUS

05 09 02677 / kom

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

2011

**PENGARUH TINGKAT TERPAAN IKLAN TVC L-MEN DAN TINGKAT
REKOMENDASI KELOMPOK RUJUKAN TERHADAP TINGKAT
KETERTARIKAN LAKI-LAKI MENGKONSUMSI
PRODUK MINUMAN L-MEN**

(Penelitian dilakukan di Body Life Fitnes Club)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

oleh

PRIMUS THEODATUS JEMARUS

05 09 02677 / kom

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

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan TVC L-Men dan Tingkat Rekomendasi
Kelompok Rujukan Terhadap Tingkat Ketertarikan Laki-Laki
Mengonsumsi Produk Minuman L-Men
(Penelitian dilakukan di Body Life Fitnes Club)**

SKRIPSI

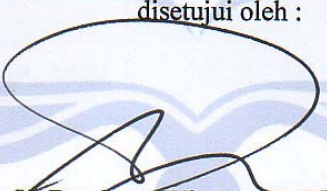
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.Sos pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

PRIMUS THEODATUS JEMARUS

No. Mhs : 02677 / KOM

disetujui oleh :



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

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

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan TVC L-Men dan Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan Terhadap Tingkat Ketertarikan Laki-Laki Mengonsumsi Produk Minuman L-Men (Penelitian dilakukan di Body Life Fitness Club)

Penyusun : Primus Theodatus Jemarus
NIM : 05 09 02677

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : 25 Februari 2011
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran II

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Penguji Utama



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



FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos.,Msi.
Penguji II



Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Primus Theodatus Jemarus

Nomor Mahasiswa : 05 09 02677

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan TVC L-Men dan Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan Terhadap Tingkat Ketertarikan Laki-Laki Mengonsumsi Produk Minuman L-Men (Penelitian Dilakukan di Body Life Fitness Club)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat adanya ketidaksesuaian antara fakta dan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari manapun demi menegakkan integritas akademik institusi ini.

Yogyakarta, 25 Februari 2011

Saya yang menyatakan



Primus Theodatus Jemarus

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan ini kupersembahkan buat :

Tuhan Yesus Kristus

Bunda Santa Perawan Maria

Kedua Orang Tua

Bapa Aloysius dan Mama Emilda

Saudara-saudari Saya

Vinda, Erik, Yogi, Gretzela

dan semua keluarga

KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya sampaikan hormat puji dan syukur kepada Tuhan YME karena atas kuasa berkat dan rahmatNya tugas akhir/skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Terimakasih yang sebesar-besarnya juga kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir/skripsi ini, serta menunggu penulis lulus dengan sabar dan ikhlas.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Pak Bambang Wiratmojo sebagai dosen pembimbing dan penguji I yang sangat baik dan sabar dalam melakukan bimbingan penulisan karya tulis ini. Terimakasih juga saya ucapkan kepada dosen penguji utama Ibu Anita Herawati dan dosen penguji II Ibu Dhyah Ayu Retno Widyastuti, yang sudah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberi masukan yang sangat berarti bagi tugas akhir penulis. Penulis ingin berterima kasih juga kepada segenap dosen dan karyawan/wati di FISIP UAJY yang sudah memberi bantuan dalam hal ilmu dan pelayanan studi bagi penulis selama menjalani perkuliahan selama 5 tahun di UAJY. Suka dan duka yang dirasakan akan menjadi suatu kenangan indah bagi penulis di kemudian hari.

Penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada Maria Candra D. Jasir yang sudah memberikan *support* dan masukan serta dorongan bagi penulis untuk bisa menyelesaikan karya tulis ini. Tidak lupa juga terima kasih saya sampaikan kepada seluruh teman-teman (Entok, Lori'lobo', Ronal'Yonda', Lale, Mendra, Ndik, Vigo, Godi, Santi'Kuku' Rio, Satri dll) yang sudah memberikan banyak kenangan dan motivasi bagi penulis selama hidup di Yogyakarta. Terima kasih juga kepada teman-teman kos (Heri, Ari, Pa Sutris, Petrus 'Pa Guru' dll) yang sudah menjadi teman berbagi selama tinggal di kos-kosan Grinjing 5A.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada instruktur fitness dan anggota fitness di Body Life Fitness Club yang sudah mengizinkan penulis melakukan penelitian disana, semoga penelitian ini berguna bagi perkembangan Body Life Fitness Club.

Tidak ada yang sempurna di dunia ini karena kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata, karena itu penulis meminta maaf bila ditemukan ketidaksempurnaan dalam tugas akhir/skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa diterima dengan baik dan berguna bagi penulis dan rekan-rekan mahasiswa di FISIP UAJY. Terimakasih.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAM PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Teori.....	6
E.1 Komunikasi.....	6
E.2 Komunikasi Pemasaran.....	7
E.3 Periklanan.....	13
E.4 Kelompok Rujukan.....	16
E.5 Stimulus-Respon Theory.....	17
E.6 Cultivation Theory.....	19
F. Defenisi Konseptual.....	20
F.1 Tingkat Terpaan Iklan TVC L-Men.....	20
F.2 Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan.....	21
F.3 Tingkat Ketertarikan Mengkonsumsi Produk L-Men.....	22

G. Hipotesis.....	24
H. Definisi Operasional.....	24
H.1 Variabel.....	24
H.2 Cara Pengukuran.....	27
I. Metodologi Penelitian.....	28
I.1 Metode Penelitian.....	28
I.2 Lokasi Penelitian.....	28
I.3 Teknik Sampling.....	28
I.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
I.5 Validitas.....	30
I.6 Reliabilitas.....	30
I.7 Analisa Data.....	31

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Profil Perusahaan.....	33
B. Tag Line.....	34
C. Fasilitas.....	34
D. Lokasi.....	35
E. Struktur Organisasi.....	35
F. Deskripsi Jabatan.....	36
G. Deskripsi Iklan L-Men.....	36

BAB III ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

A. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	38
A.1 Uji Validitas.....	38
A.2 Uji Reliabilitas.....	40
B. Analisis Deskriptif.....	42
B.1 Variabel Tingkat Terpaan Iklan.....	42
B.2 Variabel Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan.....	44
B.3 Variabel Tingkat Ketertarikan.....	48

C. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
C.1 Secara Bersama-Sama.....	51
C.2 Secara Terpisah.....	55
D. Pembahasan.....	63

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA.....	71
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	74
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

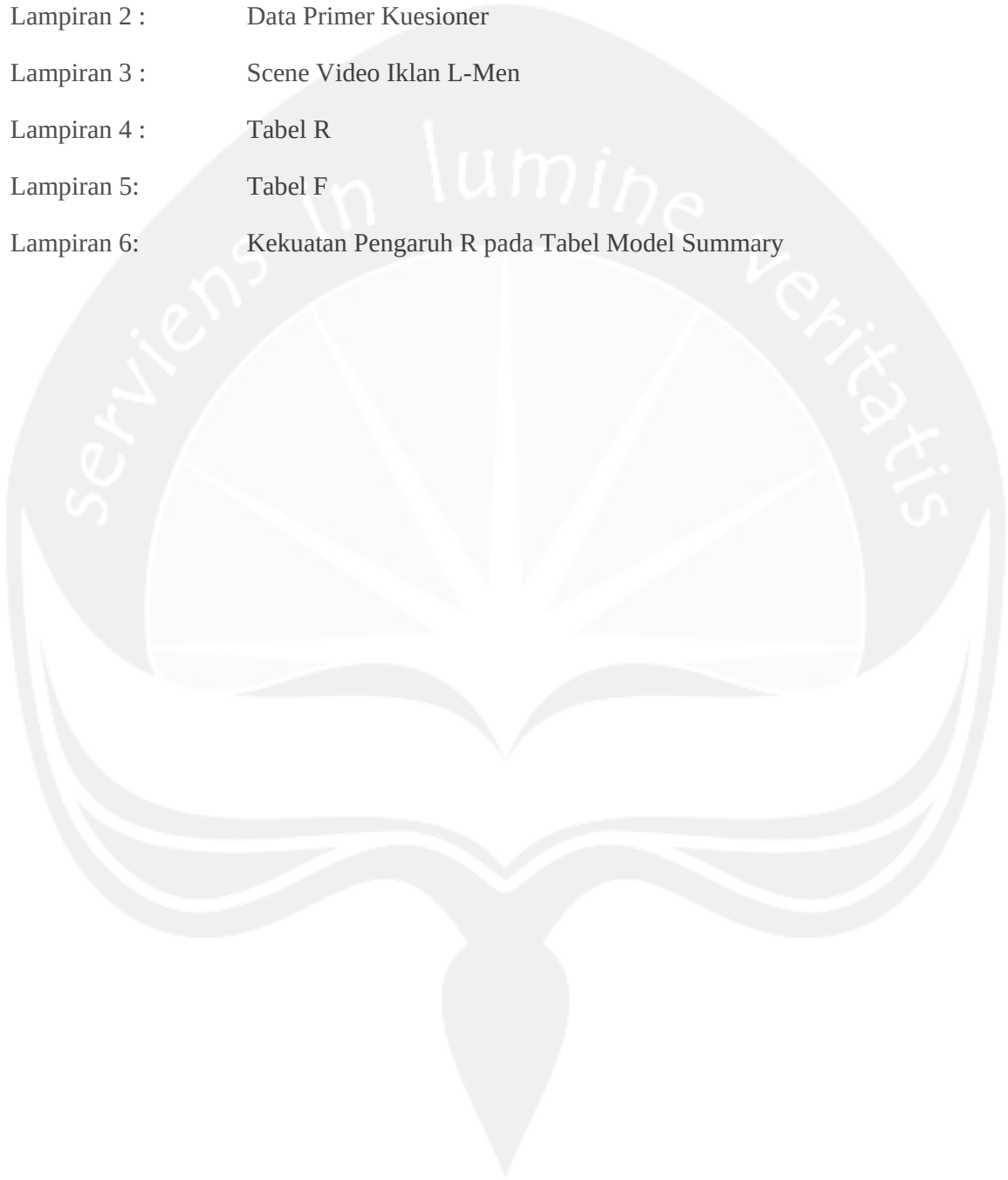
Gambar 1 :	Kerangka Berpikir.....	23
Gambar 2 :	Bagan Struktur Perusahaan.....	35
Gambar 3 :	Hubungan Antar Variabel.....	37
Gambar 4 :	Hubungan Variabel X1 terhadap Variabel Y.....	56
Gambar 5 :	Hubungan Variabel Kontrol terhadap Variabel Y.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 :	Uji Validitas Variabel Tingkat Terpaan Iklan.....	38
Tabel 3.2 :	Uji Validitas Variabel Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan.....	39
Tabel 3.3 :	Uji Validitas Variabel Tingkat Ketertarikan.....	40
Tabel 3.4 :	Uji Reabilitas Variabel Tingkat Terpaan, Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan,Tingkat Ketertarikan	41
Tabel 3.5 :	Statistik Deskriptif Variabel Tingkat Terpaan Iklan.....	42
Tabel 3.6 :	Kategori Total Tingkat Terpaan Iklan.....	44
Tabel 3.7 :	Statistik Deskriptif Variabel Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan ..	45
Tabel 3.8 :	Kategori Total Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan.....	47
Tabel 3.9 :	Statistik Deskriptif Variabel Tingkat Ketertarikan.....	48
Tabel 3.10 :	Kategori Total Tingkat Ketertarikan.....	50
Tabel 3.11 :	Model Summary.....	51
Tabel 3.12 :	Anova.....	52
Tabel 3.13 :	Coefficients.....	54
Tabel 3.14 :	Model Summary Tingkat Terpaan Iklan.....	56
Tabel 3.15 :	Anova Tingkat Ketertarikan.....	57
Tabel 3.16 :	Model Summary Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan.....	58
Tabel 3.17 :	Anova Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan.....	59
Tabel 3.18 :	Coefficients Tingkat Terpaan Iklan.....	61
Tabel 3.19 :	Coefficients Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :	Contoh Kuesioner
Lampiran 2 :	Data Primer Kuesioner
Lampiran 3 :	Scene Video Iklan L-Men
Lampiran 4 :	Tabel R
Lampiran 5:	Tabel F
Lampiran 6:	Kekuatan Pengaruh R pada Tabel Model Summary



ABSTRAKSI

Produk L-Men adalah produk yang dihasilkan untuk membuat bentuk tubuh seorang laki-laki menjadi lebih atletis. Produk L-Men adalah produk yang penuh kandungan protein. Terpaan iklan L-Men berusaha untuk mengubah pandangan laki-laki terhadap iklan L-Men yaitu dari realitas semu menjadi realitas nyata, realitas media menjadi realitas sosial. Produk L-Men menggunakan citra pria bertubuh atletis dalam iklanya, keberadaan pria bertubuh atletis berfungsi sebagai kelompok rujukan.

Penelitian ini terdiri dari satu variabel pengaruh (tingkat terpaan iklan), satu variabel kontrol (tingkat rekomendasi kelompok rujukan) dan satu variabel terpengaruh (tingkat ketertarikan). Obyek penelitian ini adalah di Body Life Fitness Club. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor *tingkat terpaan iklan* dan *tingkat rekomendasi kelompok rujukan*, terhadap *tingkat ketertarikan laki-laki mengkonsumsi produk L-Men di Body Life Fitness Club*. Instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner dengan jumlah responden 70 orang dan menggunakan system *kuota sampling*.

Hasil Regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara simultan faktor *tingkat terpaan iklan* dan *tingkat rekomendasi kelompok rujukan* mempunyai pengaruh yang kuat terhadap *tingkat ketertarikan laki-laki mengkonsumsi produk Minuman L-Men di Body Life Fitness Club*. Hasil Uji signifikansi pada tabel Anova juga menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat ketertarikan mengkonsumsi produk minuman L-Men.

Dalam pengujian secara sendiri-sendiri, keberadaan variabel kontrol (Tingkat Rekomendasi Kelompok rujukan) memperkuat atau mempertegas keberadaan dari variabel pengaruh (Tingkat Terpaan Iklan) terhadap variabel terpengaruh (Tingkat Ketertarikan Mengkonsumsi Produk L-Men).

Kata Kunci : Tingkat Terpaan Iklan, Tingkat Rekomendasi Kelompok Rujukan, Tingkat Ketertarikan.