

**PENGARUH TERPAAN *TRANSIT ADVERTISING*
TEMPAT WISATA TERHADAP
TINGKAT EKUITAS MEREK**

(Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh Tingkat Terpaan
Transit Advertising Tempat Wisata Kebun Binatang
Gembira Loka Yogyakarta terhadap Tingkat Ekuitas Merek Kebun
Binatang Gembira Loka)



SKRIPSI

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

Oleh

BRIGITHA LOOGMANIAR NOVEN

07 09 03264 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH TERPAAN *TRANSIT ADVERTISING* TEMPAT WISATA
TERHADAP TINGKAT EKUITAS MEREK**

**(Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh Tingkat Terpaan *Transit Advertising*
Tempat Wisata Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta terhadap
Tingkat Ekuitas Merek Kebun Binatang Gembira Loka)**

**Diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Strata Satu Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Disusun Oleh:

Brigitha Loogmaniar Noven

0709 03264/ Kom

Disetujui Oleh:



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

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Karya Tulis : PENGARUH TERPAAN *TRANSIT ADVERTISING* TEMPAT WISATA TERHADAP TINGKAT EKUITAS MEREK (Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh *Tranist Advertising* Tempat Wisata Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta Terhadap Tingkat Ekuitas Merek).

Penyusun : Brightha Loogmaniar Noven

NIM : 0709 03264

Telah diuji dan dipertahankan disidang ujian skripsi, yang diselenggarakan pada

Hari/ Tanggal : Rabu/ 19 Desember 2012

Pukul : 09.00 – 10.30

Tempat : Ruang Pendadaran Fisip UAJY

Tim Penguji

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

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

Penguji I

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

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Brigitha Loogmaniar Noven
Nomor Mahasiswa : 0709 03264
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : **PENGARUH TERPAAN *TRANSIT ADVERTISING* TEMPAT WISATA TERHADAP TINGKAT EKUITAS MEREK** (Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh *Tranist Advertising* Tempat Wisata Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta Terhadap Tingkat Ekuitas Merek).

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

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

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/ kesarjanaan.

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

Yogyakarta,

Saya yang menyatakan



Brigitha Loogmaniar Noven

BRIGITHA LOOGMANIAR NOVEN

No. Mhs : 0709 03264/ KOM

Pengaruh Terpaan *Transit Advertising* Tempat Wisata Terhadap Tingkat Ekuitas Merek (Study Eksplanatif Tentang Pengaruh Terpaan *Transit Advertising* Tempat Wisata Gembira Loka Terhadap Tingkat Ekuitas Merek)

ABSTRAK

Dunia Periklanan di Indonesia saat ini berkembang pesat. Beraneka ragam produk terlihat sangat mengandalkan berbagai jenis iklan. Salah satu iklan yang efektif adalah *transit advertising* yang merupakan iklan luar ruang. Gembira Loka menjadi salah satu tempat wisata di Yogyakarta yang menggunakan *transit advertising* pada taxi Jas untuk media beriklan. Branding pada taxi Jas tersebut digunakan untuk kepentingan nama merek yang sebelumnya sempat meredup, dan diharapkan terpaan dari *transit advertising* Gembira Loka mampu membentuk ekuitas merek. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh tingkat terpaan *transit advertising* Gembira Loka terhadap tingkat ekuitas merek. Manfaat penelitian ini dalam bidang akademis yaitu memberikan sumbangan ilmiah dan wacana penelitian dalam ilmu komunikasi, mengenai *transit advertising*, ekuitas merek, manfaat praktis yaitu memberikan pertimbangan pada pihak produsen dan pengiklan supaya dapat semakin meningkatkan aspek fasilitas dan komunikasi pemasaran.

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S–R (Stimulus Response), dimana dalam penelitian ini stimulus berasal dari *transit advertising* yang akan membentuk sebuah respon seperti indikator dalam variabel – variabel penelitian ini yaitu sebuah pengetahuan dan juga ekuitas merek teori David Aaker (*Brand Equity: Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty.*)

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, tipe penelitian eksplanatif. Objek penelitian ini pengunjung Gembira Loka. Penelitian menggunakan metode survei. Populasi yaitu pengunjung Gembira Loka, dan sample pengunjung Gembira Loka dengan kriteria yang tinggal di Yogyakarta dan sudah pernah melihat *transit advertising*. Alat pengumpulan data dengan kuesioner, data sekunder dari study pustaka. Dilakukan uji Validitas (*Product Moment*, Koefisien Skalabilitas) dan uji Reliabilitas (*Alpha Cronbach*, Koefisien Reprodusibilitas). Analisis data menggunakan distribusi frekuensi, tabulasi silang, dan regresi linear sederhana.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh tingkat terpaan *transit advertising* terhadap tingkat ekuitas merek secara signifikan jika diantarai oleh tingkat pengetahuan.

Kata Kunci: Terpaan Iklan, pengetahuan Produk, *transit advertising*, ekuitas merek.

HALAMAN PERSEMBAHAN

**This is my Life. Only You and I know that.
Because,**

Life is a song – Sing it

Life is a game – Play it

Life is a challenge – Meet it

Life is a dream – Realize it

Life is sacrifice – Offer it

Life is love – Enjoy it

Special For:

My Life

My Dreams

My Family

And always for You

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Bapa, Putra dan Roh Kudus serta Bunda tercinta atas segala anugerah dan keajaiban disetiap waktu, akhirnya peneliti bisa menyusun dan menyelesaikan segala proses pembuatan skripsi yang berjudul, ” **Pengaruh Terpaan Transit Advertising Tempat Wisata terhadap Tingkat Ekuitas Merek (Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh Terpaan Transit Advertising Tempat Wisata Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta Terhadap Tingkat Ekuitas Merek)**”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Peneliti mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua penulis, keluarga, dan teman – teman yang akan atau sedang melaksanakan penyusunan srkripsi. Dan selalu ada ruang untuk kritikan dan saran membangun yang berguna bagi skripsi ini serta demi kemajuan peneliti sendiri.

Atas terselesaikannya skripsi ini, tidak lupa peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. *My All in All. You are the best!* Semua keajaiban itu berasal dari Mu.
Terimakasih ☺
2. Kedua orang tua peneliti, Bapak Y. Prawindra dan Mama Y. Endang Suci Handayani, serta *my beloved sister* Catherine Emaniar. Terimakasih Pak, Ma, Dek untuk semuanya. Jika muncul bayangan kalian, dari harapan

kosong sekarang jadi sebuah pengharapan baru, dari kemalasan sekarang jadi sebuah usaha keras yang dengan jungkir balik tercipta, dari ketidakpercayaan diri sekarang jadi sebuah mimpi yang yakin akan terwujud. Peluk dan cium untuk kalian. *God always be with you all* ☺

3. Ibu Dosen Pembimbing F. Anita Herawati. Terimakasih banyak, Ibu ☺. Selalu membantu, dan mengingatkan dalam setiap proses penyelesaian skripsi ini. Bukan takut, bu. Rasa tidak 'pede'nya lebih besar daripada yakinnya.

Hehe. ☺

4. Bpk Ign. Agus Putranto dan Bpk Y. Bambang Wiratmojo sebagai dosen penguji saat pendadaran. Terimakasih banyak Pak untuk ujian dan koreksi yang sangat membantu peneliti untuk lebih memahami pokok bahasan dalam skripsi ini.
5. Pihak Gembira Loka dan seluruh pengunjung Gembira Loka yang menjadi responden. Tanpa kedua belah pihak ini, penelitian ini tidak akan berjalan dengan lancar. Terimakasih juga seluruh penghuni Gembira Loka, bersama kalian stress ini menjadi ternetralisir ☺
6. Romo Busyet Penuh Pesona. Matur nuwun mo untuk berkat, menjadi tempat penampung bagi kaum galau. Haha. Sudah sering mengingatkan betapa pentingnya kata "*cepat dirampungke*" itu. Ini hasil kesepakatan kita, mo. Nomor 6 nggih, mo. Haha ☺

7. Kawan seperjuangan. Pao” : YEY!akhirnyaaaa.....tinggal melanjutkan cita dan cinta ☺ terimakasih Pao sudah selalu memberi semangat dan tetap menjadi alarm. Haha. Akhirnya, sebuah senyuman kembali dengan cara yang sangat indah ☺. Dee: *No* naik-naik ke puncak gunung sebelum skripsi menggunung nak! Ayooooo too.. selak ditunggu tu lho. Hihi ☺. Jadi, kapan? Itu ditunggu di Gereja oleh Sesosok yang sangat mencintaimu ☺. Me: Me.. lanjotttt teruuuuuu. Pantang maju mundur. Tetap semangat dalam setiap situasi yang ada. Jangan lupa Sholat ☺. Buat kalian semua, terimakasih sepanjang waktu bersama kalian. Terimakasih untuk liburan yang tidak pada hari libur. Haha. Sangat menyenangkan! Kapan lagi? Terimakasih sudah mengambil bagian dalam episode-episode penting dalam hari-hariku. Buat doa dan dukungan kalian selalu. Sukses semuanya!*Muach!Hug!*Lanjutkan perjuangan! ☺
8. Kanoman, No. 15. Terimakasih telah menjadi saksi bisu semua cerita indah dan lucu yang terangkum di bawah sebuah atap. Terimakasih sudah memberiku tempat untuk berekspresi selama beberapa waktu.
9. Untuk tokoh-tokoh '*menggemaskan*' yang sudah menjadi bagian selama proses jungkir balik ini; SS Perpustakaan UAJY (angkatanku), Cola yang selalu menambahka keramaian dalam setiap suasana, Dwika, Mas Ary dan raketnya, Agnestyia (*Dina's Sister*), Mba Ika, Tomski, Mas Nanto, Yudha, Yogi dan sekutunya, Angga dan sekutunya juga (Mas Daniel, Mas Jeje, Rio). Terimakasih untuk tawa ini. ☺

10. Stephanus Benniardi Saksono. Hai mas Bence. Terimakasih untuk semuanya. Terimakasih untuk setiap perjalanan waktu dengan pertanyaan, "Kapan selesai?". Terimakasih untuk semangat, doa, penghiburan, kesabaran, dan semuanya. Mari sama – sama merajut mimpi. *Always be my smile* ☺
11. FIL♡ . *Colour of My Life* . Penyemangat, pendukung, penggembira, penyejuk, pendamping, penyembuh, pelangiiiiiiii banget buat hari – hariku. Kalian nggak ada gantinya! "Jika tua nanti kita tlah hidup masing – masing ingatlah hari ini". Selalu rindu kalian. *LoveYouAll* ☺
12. Ndezo. *Miss you!* Terimakasih untuk nostalgia yang lebih sering terwujud dengan *BBM*. Doa dan semangat kalian. *Hug!*
13. Seluruh keluarga. Om, tante, pakde, budhe, sepupu – sepupu yang cantik dan ganteng. Terimakasih untuk segala perhatian, dukungan dan yang pasti doa. Setiap libur tiba dan berkumpul bersama kalian jadi salah satu obat penawar penatku. Jadi, ayo liburan terus!! Buat Mbah Putri, matur sembah nuwun mbah buat retsu dan doa mbah ☺
14. My Red As*s, red Beaty. Terimakasih sudah lengkapi kisahku ☺
15. Seluruh kawan dan kerabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih doa dan dukungannya.

Salam Damai,

Peneliti.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. TUJUAN MASALAH	4
D. MANFAAT	4
E. KERANGKA TEORI	5
F. KERANGKA KONSEP	28
G. HIPOTESIS	32
H. DEFINISI OPERASIONAL	32
I. METODOLOGI PENELITIAN	40
 BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	 50
A. SEJARAH GEMBIRA LOKA	50
B. LOGO GEMBIRA LOKA	52
C. VISI	52
D. MISI	52

E. DESKRIPSI FASILITAS DAN WAHANA DI GEMBIRA LOKA.....	53
F. KEGIATAN GEMBIRA LOKA.....	56
G. IKLAN LUAR RUANG/ <i>TRANSIT ADVERTISING</i> GEMBIRA LOKA.	57
1. Sejarah Singkat <i>Transit Advertising</i> Gembira Loka pada taxi Jas	57
2. Tujuan <i>Transit Advertising</i> Gembira Loka.....	58
3. Deskripsi <i>Transit Advertising</i>	59
H. CONTACT KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA	60
BAB III. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	61
A. HASIL TEMUAN LAPANGAN	61
1. UJI VALIDITAS	62
2. UJI RELIABILITAS	67
3. DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN	69
a. Variabel Frekuensi Melihat <i>Transit Advertising</i>	70
b. Variabel Perhatian	70
c. Variabel Pengetahuan	73
d. Variabel Brand Awareness	78
e. Brand Association.....	82
f. Perceived Quality	84
g. Brand Loyal	91
4. TABULASI SILANG.....	96
5. HASIL KATEGORISASI EKUITAS MEREK.....	99
6. ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA	100
B. PEMBAHASAN	105
BAB IV. PENUTUP	113
A. KESIMPULAN.....	113
B. SARAN	114

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

TABEL 3.1. Validitas Variabel Perhatian.....	63
TABEL 3.2. Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan.....	64
TABEL 3.3. Validitas Variabel <i>Brand Association</i>	65
TABEL 3.4. Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i>	66
TABEL 3.5. Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	67
TABEL 3.6. Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i>	68
TABEL 3.7. Hasil Uji Reliabilitas	69
TABEL 3.8. Tabel Jawaban Responden Melihat <i>Transit Advertising</i>	71
TABEL 3.9. Tabel Jawaban Responden Variabel Perhatian	71
TABEL 3.10. Kategorisasi Variabel Perhatian	73
TABEL 3.11. Tabel Jawaban Responden Variabel Tingkat Pengetahuan.....	74
TABEL 3.12. Kategorisasi Variabel Tingkat Pengetahuan	79
TABEL 3.13. Tabel Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> 1	79
TABEL 3.14. Tabel Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> 2	80
TABEL 3.15. Tabel Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> 3	81
TABEL 3.16. Tabel Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> 4	81
TABEL 3.17. Kategorisasi Variabel <i>Brand Awareness</i>	83
TABEL 3.18. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Brand Assicoation</i>	83
TABEL 3.19. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> 1	85
TABEL 3.20. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> 2	86
TABEL 3.21. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> 3	87
TABEL 3.22. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> 4	88
TABEL 3.23. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> 5	89
TABEL 3.24. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> 6	90
TABEL 3.25. Kategorisasi Variabel <i>Perceived Quality</i>	91
TABEL 3.26. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i> 1	92
TABEL 3.27. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i> 2	92
TABEL 3.28. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i> 3	93

TABEL 3.29. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i> 4	94
TABEL 3.30. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i> 5	94
TABEL 3.31. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i> 6	95
TABEL 3.32. Tabel Jawab Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i> 7	96
TABEL 3.33. Kategorisasi Variabel <i>Brand Loyalty</i>	97
TABEL 3.34. Tabulasi Silang Pengetahuan dengan Brand Awareness.....	98
TABEL 3.35. Tabulasi Silang Pengetahuan dengan Bran Association	98
TABEL 3.36. Tabulasi Silang Pengetahuan dengan Perceived Quality	99
TABEL 3.37. Tabulasi Silang Pengetahuan dengan Brand Loyalty.....	99
TABEL 3.38. Tabulasi Silang Frekuensi dengan Perhatian	100
TABEL 3.39. Kategorisasi Ekuitas Merk	100
TABEL 3.40. Tabel Intepretasi Koefisien Korelasi.....	101
TABEL 3.41. Model Summary Regresi ($x - z$)	102
TABEL 3.42. Tabel Koefisien Regresi ($x - z$)	102
TABEL 3.43. Tabel ANOVA dalam Regresi ($x - z$).....	102
TABEL 3.44. Model Summary Regresi ($z - y$).....	104
TABEL 3.45. Tabel Koefisien Regresi ($z - y$)	104
TABEL 3.46. Tabel ANOVA dalam Regresi ($z - y$).....	104

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1. Model Komunikasi S -R.....	13
GAMBAR 1.2. Skema <i>Brand Equity</i> David Aaker	22
GAMBAR 1.3. Piramida <i>Brand Awareness</i>	23
GAMBAR 1.4. Hubungan Variabel	31
GAMBAR 2.1. Logo Gembira Loka	53
GAMBAR 3.1. Bagan Hasil Hubungan Variabel	105

DAFTAR LAMPIRAN

TABEL REGRESI

TABEL DISTRIBUSI FREKUENSI

TABEL TABULASI SILANG

KUESIONER

TRANSIT ADVERTISING KEBUN BINATANG GELMBIRA LOKA

DAFTAR JUMLAH PENGUNJUNG

