

Hubungan Daya Tarik Mural Iklan dengan Minat Beli Produk  
( Penelitian Eksplanatif Mengenai Hubungan Daya Tarik Mural Sebagai Media  
Iklan Pada Jembatan Layang Janti dengan Minat Membeli Produk Kartu As  
Telkomsel Terhadap Pelajar SMA Angkasa Adisutjipto Yogyakarta)



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh :

Hanggana Raras Wideasakti

080903584

Dosen Pembimbing

Dhyah Ayu Reto W., M.Si.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

2012

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Hanggana Raras Widiasakti

Nomer Mahasiswa : 080903584

Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Karya Tulis : Hubungan Daya Tarik Mural Sebagai Media Iklan Dengan Minat Beli Produk Provider Kartu As Telkomsel

( Penelitian Eksplanatif Mengenai Hubungan Daya Tarik Mural Sebagai Media Iklan Pada Jembatan Layang Janti Dengan Minat Membeli Produk Kartu As Telkomsel Terhadap Pelajar Sma Angkasa Adisutjipto Yogyakarta)

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 milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang ada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal 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, 14 November 2012

Saya yang menyatakan



Hanggana Raras Widiasakti

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Daya Tarik Mural Iklan dengan Minat Beli Produk  
(Penelitian Eksplanatif Mengenai Hubungan Daya Tarik Mural Sebagai Media Iklan Pada Jembatan Layang Janti dengan Minat Membeli Produk Kartu As Telkomsel Terhadap Pelajar SMA Angkasa Adisutjipto Yogyakarta)

Penyusun : Hanggana Raras Widiastuti  
NPM : 08 09 03584

Skripsi ini telah diuji dan dipertanggungjawabkan di depan tim penguji dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Tanggal : Rabu, 23 November 2012  
Waktu : 14.00 WIB  
Tempat : Ruang Pendadaran lantai 1 Kampus 4 FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

(.....)

Ibnuh Ayu Retno W., M.Si

Penguji I



(.....)

T. Bambang Wiratmojo., S.Sos., M.A

Penguji II

(.....)

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HUBUNGAN DAYA TARIK MURAL IKLAN DENGAN MINAT BELI PRODUK**

(Penelitian Eksplanatif Mengenai Hubungan Daya Tarik Mural Sebagai Media Iklan Pada Jembatan Layang Janti dengan Minat Membeli Produk Kartu As Telkomsel Terhadap Pelajar SMA Angkasa Adisutjipto Yogyakarta)

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

Hanggana Raras Widiasakti

080903584/kom

Disetujui oleh :



Dhyah Ayu Retno W., M.Si

Dosen Pembimbing

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

**2012**

## HANGGANA RARAS WIDIASAKTI

080903584

### ABSTRAKSI

#### HUBUNGAN DAYA TARIK MURAL SEBAGAI MEDIA IKLAN PADA JEMBATAN LAYANG JANTI DENGAN MINAT BELI PRODUK PROVIDER KARTU AS TELKOMSEL (Penelitian Eksplanatif Mengenai Hubungan Daya Tarik Mural Sebagai Media Iklan Pada Jembatan Layang Janti Dengan Minat Membeli Produk Provider Kartu As Terhadap Pelajar SMA Angkasa Adisutjipto Yogyakarta)

Fenomena beriklan melalui media mural di Yogyakarta seperti halnya juga di kota lain juga telah banyak digunakan. Mural iklan provider sering kita temui di dinding-dinding ruko, bangunan atau jembatan yang terdapat di pusat kota, sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi yang melihatnya. Salah satu bentuk mural yang sering dilihat masyarakat di Yogyakarta adalah iklan *provider* Kartu As Telkomsel pada Jembatan Layang Janti. Mural yang terletak di sepanjang jembatan tersebut dicat dan digambar logo serta warna yang melambangkan *provider* tersebut itu dapat menimbulkan daya tarik tersendiri untuk menarik audiens. Daya tarik sangat penting karena akan meningkatkan keberhasilan komunikasi dengan audiens. Daya tarik dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu *rational appeals* dan *emotional appeals*.

Seperti halnya yang terjadi pada Kartu AS yang berusaha mempromosikan produknya dengan menarik konsumen melalui iklan yang melibatkan *rational appeals* dan *emotional appeals* dalam iklan, sebagai salah satu usaha untuk melakukan peningkatan penjualan terhadap produknya, diharap menggugah minat beli produk pada konsumen

Pada penelitian ini telah dilakukan pengambilan sampel sebanyak 67 responden dari populasi pelajar SMA Angkasa Adisutjipto Yogyakarta, penyebaran kuesioner dilakukan dengan teknik *proportionale stratified random sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan memperhatikan strata yang ada artinya setiap strata terwakili sesuai proporsinya, yaitu kelas x sebanyak 28 orang, kelas xi 20 orang, serta kelas xii sebanyak 19 orang.

Hasil korelasi antara variabel daya tarik mural sebagai media iklan (X) dengan minat beli produk kartu AS (Y) adalah 0,455 dengan signifikansi 0,05 maka dapat dilihat bahwa hubungan antara daya tarik mural sebagai media iklan pada jembatan layang janti dengan minat beli produk provider kartu As telkomsel masuk dalam kategori sedang menurut (Siswojo, 1987:118), (Guilford, 1956:45 dalam Rakhmat, 1984:41) yaitu masuk dalam kategori 0,40-0,70 yang menyatakan korelasi sedang sehingga hubungan cukup penting, sehingga dapat dikatakan mural telah memiliki daya tarik yang sedang untuk menarik perhatian calon konsumen ketika daya tarik iklan hanya masuk kategori sedang hanya bisa menimbulkan minat membeli produk kartu As dalam kategori sedang juga. Hasil penelitian yang membuktikan adanya hubungan daya tarik mural sebagai media iklan dengan minat membeli produk kartu As ini berimplikasi pada strategi komunikasi pemasaran Kartu As itu sendiri, khususnya promosi melalui iklan.

Kata Kunci : Daya tarik iklan, mural, minat beli

“ Sgala Perkara Dapat Kutanggung Di Dalam DIA Yang Memberi  
Kekuatan KEPADAKU” Filipi 4 : 13

*Skripsi ini, ku persembahkan ..*

*Bagi Kemuliaan dan Kebesaran NamaNya, Tuhan Yesus Kristus Juru*

*Selamatku ..*

*Teruntuk Pribadi-Pribadi Yang Mengasihiku*

*Ayah Terhebatku*

*Ibu Terkuatku*

*Saudara dan Saudari Terkasihku*

*Kekasih hatiku*

*Sahabat-sahabatku*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan kekuatan sehingga penyusun dapat menyelesaikan tanggung jawab untuk menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul Hubungan Daya Tarik Mural Iklan dengan Minat Beli Produk ( Penelitian Eksplanatif Mengenai Hubungan Daya Tarik Mural Sebagai Media Iklan Pada Jembatan Layang Janti dengan Minat Membeli Produk Kartu As Telkomsel Terhadap Pelajar SMA Angkasa Adisutjipto Yogyakarta)

Penulis, didalam penyusunan Skripsi ini banyak menemukan kesulitan yang dirasakan menghambat untuk terselesaikannya penyusunan Skripsi yang penulis kerjakan, namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terima kasih yang tidak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dhyah Ayu Retno W., M.Si. selaku dosen pembimbing atas waktu, kesabaran dan bimbingannya selama ini.
2. Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. selaku dosen penguji, terimakasih atas segala koreksi, saran serta kritik yang dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik lagi.
3. Yoseph Bambang Wiratmojo., S.Sos.,M.A selaku dosen penguji, terimakasih atas segala koreksi serta masukannya.
4. Yohanes Barjo, SE.,MM selaku ayah terhebat yang selalu mensuport, mendoakan serta membimbing penulis.

5. Rachel Apri Widiastuti selaku ibu terkuat yang selalu mendoakan, mendukung serta mengasihi penulis.
6. Saudara serta saudariku yang terkasih, Bintang Johan Widiapuspo dan Septi Widiayu Pratiwi, terimakasih atas dukungan dan doanya.
7. Lettu POM Antonius Ary Prasetyo, selaku pasangan saya atas doa, dukungan, pengertian dan kesabarannya selama ini.
8. Keluarga besar Bohlam Advertising : Natal, Tita, Erlin, Citra, Dita, Petra, Indru, Fendi, Kandi, Putri, Finda, Agung, Tehong, Zendi, Anjar, Yanny, Yovita, Daisy, dan masih banyak lagi, terimakasih sudah menjadi bagian dari kalian, I'll miss you all ☺
9. Mbanggulo Crew : Dwi Mei Sulistya, Pradiptya, Adhi Nugraha, Neni Prameswari, Aldo.. tanpa kalian aku hanyalah butiran debu guys #tsaaahh :D
10. Sahabat-sahabatku Elena Danastri, Maria Lita Tumimbang, terimakasih sudah menjadi sahabat terbaik ☺

Penulis menyadari masih adanya kelemahan dan kekurangan serta keterbatasan dalam penyusunan Skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 1 Desember 2012

Penulis

Hanggana Raras Wideasakti



## DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Abstraksi .....	v
Halaman Motto dan Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	
Daftar Gambar .....	
Daftar Lampiran .....	
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
	A. Latar Belakang ..... 1
	B. Rumusan Masalah ..... 7
	C. Tujuan Penelitian ..... 7
	D. Manfaat Penelitian ..... 7
	E. Kerangka Teori ..... 8
	F. Kerangka Konsep ..... 25
	G. Hipotesis ..... 27
	H. Definisi Operasional ..... 27
	I. Metode Penelitian ..... 33
<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN LOKASI PENELITIAN</b>
	A. Objek Penelitian ..... 42
	B. Lokasi Penelitian ..... 58
<b>BAB III</b>	<b>ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA</b>
	A. Penyajian Data ..... 62
	B. Pembahasan ..... 85
<b>BAB IV</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>
	A. Kesimpulan ..... 97
	B. Saran ..... 98

