

**PENGARUH INTENSITAS TERPAAN IKLAN MERGER GOJEK  
DAN TOKOPEDIA (GOTO) TERHADAP CITRA MEREK  
TOKOPEDIA**



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

Oleh :

**MIKAEL CAESARIO**

**17 09 06 376 / KOM**

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

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH INTENSITAS TERPAAN IKLAN MERGER GOJEK DAN  
TOKOPEDIA (GOTO) TERHADAP CITRA MEREK TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

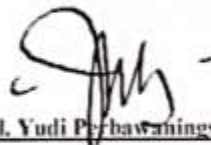
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

**MIKAEL CAESARIO**

**170906376**

disetujui oleh :



**Dr. Phil. Yudi Purbawarningsih, M.Si.**

**Dosen Pembimbing**

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

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Terpaan Iklan Gojek dan Tokopedia (GoTo)  
Terhadap Citra Merek Tokopedia  
Penyusun : Mikael Caesario  
NPM : 170906376

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada  
Hari / Tanggal : Senin, 26 September 2022  
Pukul : 16.00 WIB  
Tempat : Ruang Pendadaran Fisip UAJY

### TIM PENGUJI

**Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si**

Penguji Utama



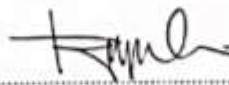
**Alexander Beny Pramudyanto, M.Si**

Penguji I



**Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.LKom**

Penguji II



**Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., MA**  
Ketua Program Studi SI Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mikael Caesario

NPM : 170906376

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Merger Gojek dan Tokopedia (GoTo) terhadap Citra Merek Tokopedia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian saya sendiri dan benar-benar saya kerjakan sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiarisme atau mencuri hasil karya milik orang lain untuk kepentingan pribadi. Walaupun di dalam skripsi ini terdapat kutipan yang merupakan karya orang lain tetapi peneliti selalu menuliskan sumber dari kutipan tersebut, sehingga tidak termasuk dalam jenis tindakan plagiarisme. Adapun jika dikemudian hari terdapat ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan yang saya sampaikan, maka saya bersedia diproses oleh Universitas untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan atau pencabutan gelar sarjana. Pernyataan ini saya buat secara sadar dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 9 September 2022

Saya yang menyatakan,



Mikael Caesario

**MIKAEL CAESARIO**

**17 09 06 376 / KOM**

**PENGARUH INTENSITAS TERPAAN IKLAN GOJEK DAN TOKOPEDIA  
(GoTo) TERHADAP CITRA MEREK TOKOPEDIA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas tentang pengaruh intensitas terpaan iklan yang diterapkan oleh Gojek dan Tokopedia terhadap citra merek Tokopedia. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana sebuah iklan dapat mempengaruhi citra merek suatu perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini peneliti peroleh dengan membagikan kuesioner kepada para pengguna Tokopedia yang telah menonton iklan GoTo. Iklan GoTo sendiri termasuk dalam kategori iklan korporat atau *institutional advertising*, karena pada iklan tersebut menggambarkan bagaimana perusahaan GoTo membantu masyarakat, sehingga berusaha membentuk citra yang baik. Salah satu media yang digunakan oleh GoTo untuk iklan adalah Youtube. Hasil dari penelitian ini adalah variabel independen, yaitu intensitas terpaan iklan GoTo mempengaruhi variabel dependen, yaitu citra merek Tokopedia sebesar 0,454 yang diinterpretasikan memiliki hubungan yang cukup. Variabel citra merek memberikan kontribusi pada variabel intensitas terpaan iklan sebesar 20,6%.

**Kata kunci: Terpaan Iklan, Citra Merek, Komunikasi Pemasaran, GoTo, Tokopedia**

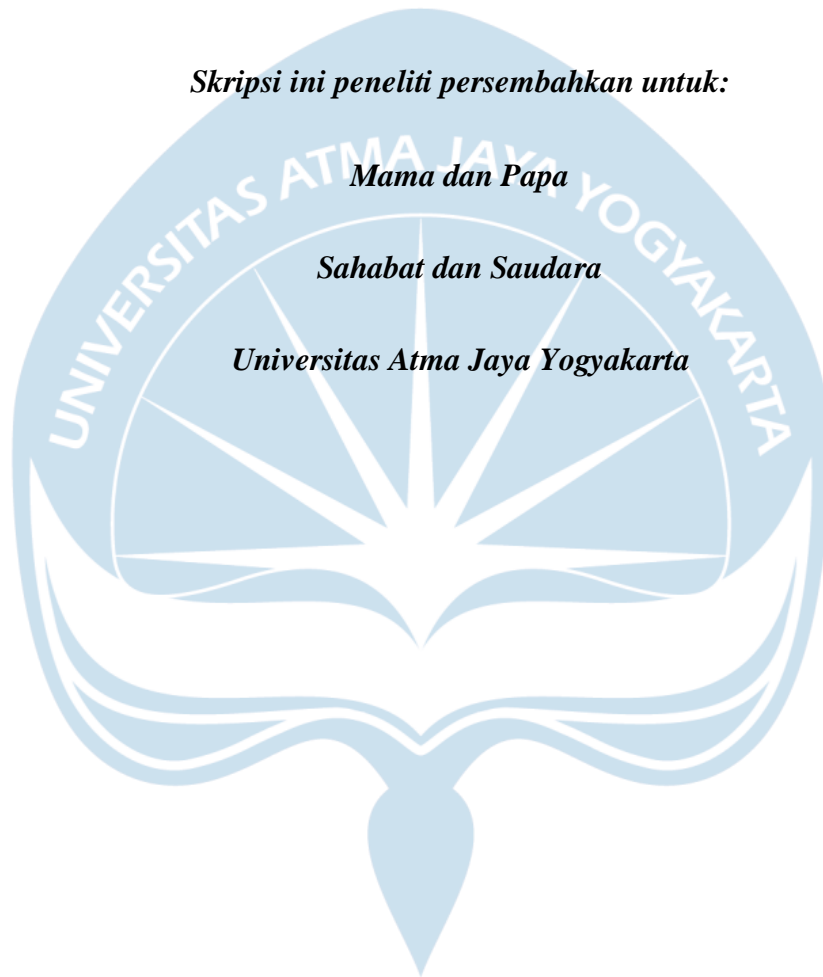
**HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:*

*Mama dan Papa*

*Sahabat dan Saudara*

*Universitas Atma Jaya Yogyakarta*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkah yang telah penulis peroleh dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Intensitas Terpaan Iklan Merger Gojek dan Tokopedia (GoTo) terhadap Citra Merek Tokopedia” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Segala proses yang telah peneliti lalui dalam menyelesaikan tugas akhir ini tentunya dipengaruhi oleh orang-orang yang berada disekitar peneliti dan peristiwa yang peneliti lalui sejak memasuki dunia perkuliahan. Pada bagian ini, peneliti ingin mencurahkan ungkapan persembahan dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam hidup peneliti dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat dan mukjizat-Nya. Terima kasih karena selalu diberikan kekuatan dalam proses penyelesaian tugas akhir dan membentuk pribadi peneliti menjadi lebih baik lagi. Terima kasih atas segala rencana indah Mu.
2. Papa, terima kasih telah menjadi panutan dalam hidup peneliti. Terima kasih karena selalu memberikan yang terbaik bagi Mama, peneliti, dan adik. Peneliti berharap, pencapaian peneliti yang telah menyelesaikan masa S1 dapat membuat Papa bangga di surga.

3. Mama, yang selalu menjaga dan berjuang sangat keras bagi keluarga dan anak-anaknya. Ucapan terima kasih ini tidak akan sebanding dengan segala kerja keras dan doa yang selalu Mama berikan bagi peneliti dan adik. Terima kasih atas segala bimbingan, kesabaran, dan doa untuk peneliti selama masa skripsi. Kiranya, Mama selalu diberikan kesehatan dan selalu diberkati oleh Tuhan Yesus.
4. Manuel, selaku adik peneliti. Terima kasih telah menjadi adik yang baik. Dirimu adalah alasan mengapa peneliti selalu bekerja keras agar bisa memberikan hidup yang baik bagi keluarga. Kiranya, kasih Tuhan Yesus selalu menyertai dan selalu diberi kesehatan dan kesuksesan.
5. Ibu Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si. selaku dosen pembimbing peneliti. Terima kasih karena telah membimbing dan membantu peneliti dengan baik dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Raya, Michelle, dan Amanda, sebagai rekan peneliti dari SMA dan selama masa perkuliahan di Yogyakarta.
7. Teman-teman di Atma Jaya, Yosua, Andra, Carolin, Sinta, Yohana, Gege, April, Mifta, Chynthia, yang telah memotivasi peneliti selama berkuliah di Atma Jaya Yogyakarta. Semoga kita semua sukses selalu, dan selalu diberi kesehatan.
8. Irene Natasha Tambunan, sebagai rekan peneliti dalam keadaan sulit dan senang. Terima kasih banyak atas *support* dan kasih sayang yang diberikan



selama menjalani masa skripsi. Kiranya, selalu diberkati oleh Tuhan Yesus dan mendapatkan jalan karir yang cemerlang.

Yogyakarta, 9 September 2022

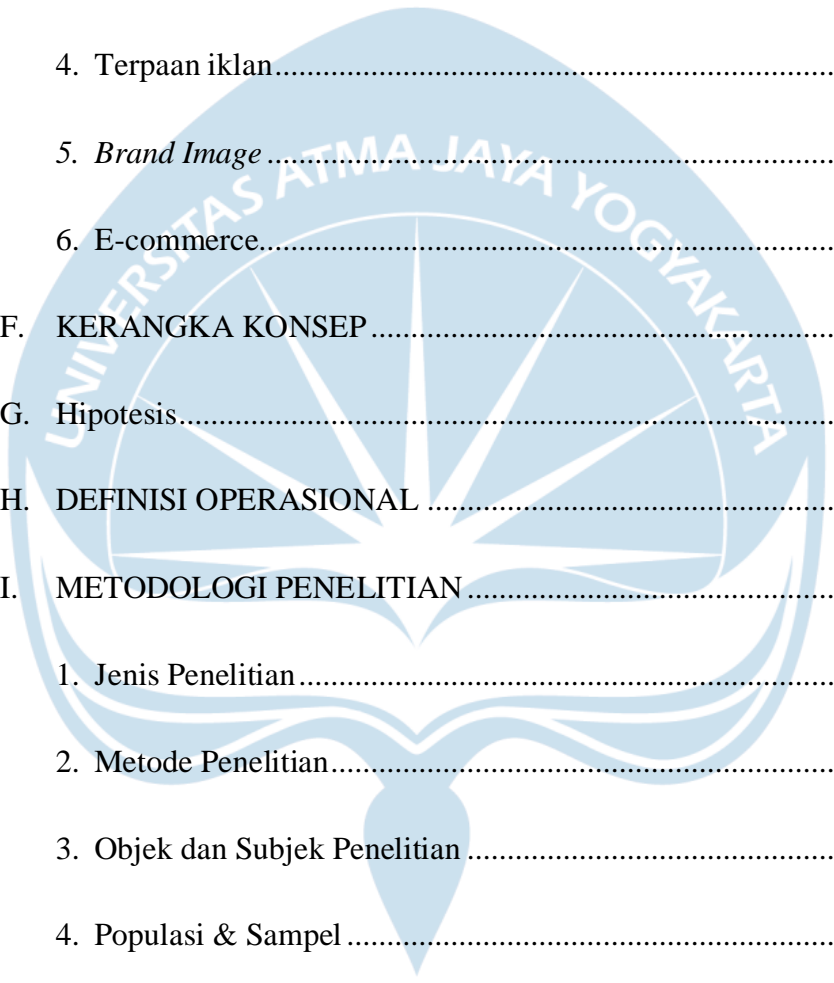


Mikael Caesario



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	8
C. TUJUAN PENELITIAN.....	9
D. MANFAAT PENELITIAN.....	9
1. Manfaat akademis.....	9
2. Manfaat praktis.....	9
E. KERANGKA TEORI.....	9



1. Komunikasi Pemasaran .....	9
2. Iklan.....	11
3. Intensitas.....	15
4. Terpaan iklan.....	16
5. <i>Brand Image</i> .....	17
6. E-commerce.....	21
F. KERANGKA KONSEP .....	22
G. Hipotesis.....	25
H. DEFINISI OPERASIONAL .....	26
I. METODOLOGI PENELITIAN .....	27
1. Jenis Penelitian .....	27
2. Metode Penelitian.....	29
3. Objek dan Subjek Penelitian .....	29
4. Populasi & Sampel .....	29
5. Sumber Data .....	31
6. Teknik Pengumpulan Data .....	31
7. Teknik Pengukuran Data.....	31
8. Teknik Analisis Data.....	32

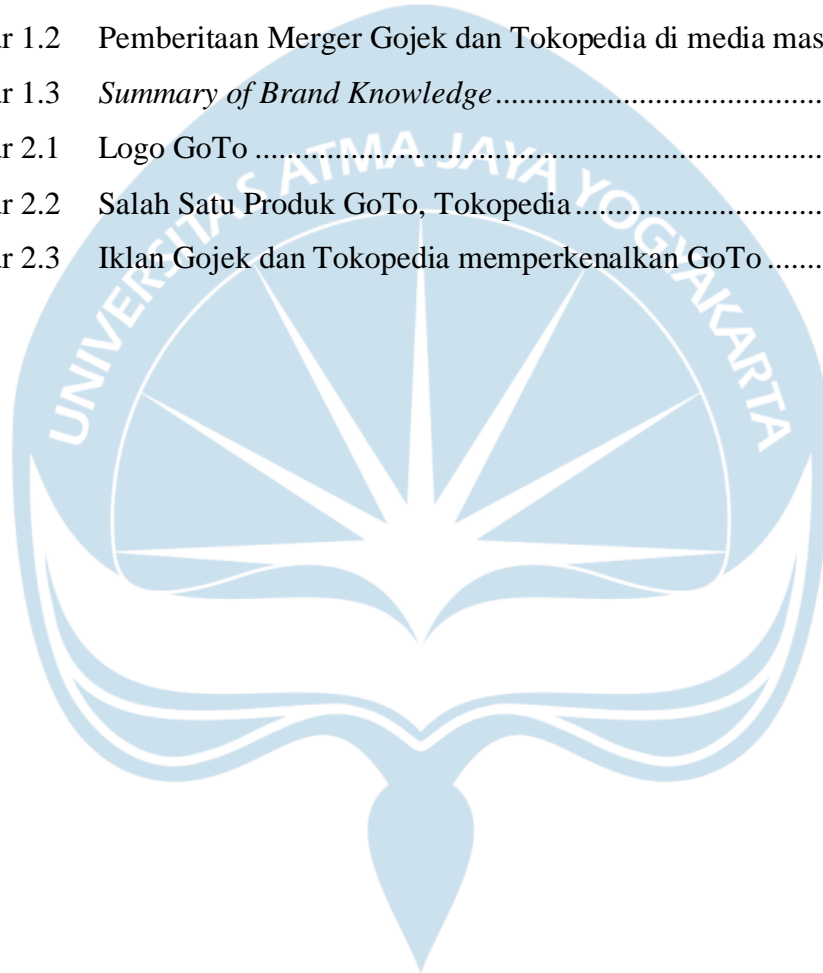
J. Hasil Temuan Penelitian .....	36
1. Pengukuran Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. PROFIL GOTO .....	40
B. IKLAN GOTO .....	42
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. IDENTITAS RESPONDEN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Temuan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	45
3. <i>Mean Analysis</i> .....	66
4. Analisis Data Inferensial .....	69
a. Uji Korelasi .....	69
b. Uji Regresi .....	69
B. HASIL ANALISIS .....	72
1. Intensitas Terpaan Iklan (Variabel X) .....	73
2. Brand Image .....	77
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A. KESIMPULAN .....	82

B. SARAN .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN .....	92



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat.....	1
Gambar 1.2	Pemberitaan Merger Gojek dan Tokopedia di media massa .....	5
Gambar 1.3	<i>Summary of Brand Knowledge</i> .....	18
Gambar 2.1	Logo GoTo .....	40
Gambar 2.2	Salah Satu Produk GoTo, Tokopedia .....	41
Gambar 2.3	Iklan Gojek dan Tokopedia memperkenalkan GoTo .....	42



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	5 <i>E-commerce</i> dengan kunjungan terbanyak di Indonesia pada kuartal I 2021 .....	2
Tabel 1.2	5 <i>E-commerce</i> dengan kunjungan terbanyak di Indonesia pada kuartal I 2021 .....	3
Tabel 1.3	Hubungan antar Variabel.....	25
Tabel 1.4	Definisi Operasional.....	26
Tabel 1.5	Interpretasi Korelasi Nilai Pearson.....	35
Tabel 1.6	Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas Terpaan GoTo.....	36
Tabel 1.7	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek Tokopedia.....	37
Tabel 1.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Terpaan GoTo.....	38
Tabel 1.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek Tokopedia.....	38
Tabel 3.1	Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 3.2	Usia Responden.....	44
Tabel 3.3	Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Terpaan GoTo Dimensi Frekuensi Pertanyaan 1 .....	46
Tabel 3.4	Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Terpaan GoTo Dimensi Frekuensi Pertanyaan 2 .....	47
Tabel 3.5	Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Terpaan GoTo Dimensi Frekuensi Pertanyaan 3 .....	48
Tabel 3.6	Rekapitulasi Skor Dimensi Frekuensi Menonton.....	49
Tabel 3.7	Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Terpaan GoTo Dimensi Atensi Pertanyaan 1.....	50
Tabel 3.8	Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Terpaan GoTo Dimensi Atensi Pertanyaan 2.....	51
Tabel 3.9	Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Terpaan GoTo Dimensi Atensi Pertanyaan 3.....	52
Tabel 3.10	Rekapitulasi Skor Dimensi Atensi.....	53

Tabel 3.11	Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Terpaan GoTo Dimensi Durasi Pertanyaan 1 .....	54
Tabel 3.12	Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Terpaan GoTo Dimensi Durasi Pertanyaan 1 .....	55
Tabel 3.13	Skor Interval Variabel Intensitas Terpaan Iklan .....	55
Tabel 3.14	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Tokopedia Dimensi <i>The Level Of Physical Attributes</i> Pertanyaan 1 .....	57
Tabel 3.15	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Tokopedia Dimensi <i>The Level Of Physical Attributes</i> Pertanyaan 2 .....	58
Tabel 3.16	Rekapitulasi Skor Variabel Citra Merek Dimensi <i>The Level Of Physical Attributes</i> .....	59
Tabel 3.17	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Tokopedia Dimensi <i>The Level Of The Functional Implications</i> Pertanyaan 1 .....	60
Tabel 3.18	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Tokopedia Dimensi <i>The Level Of The Functional Implications</i> Pertanyaan 2 .....	61
Tabel 3.19	Rekapitulasi Skor Variabel Citra Merek Dimensi <i>The Level Of The Functional Implications</i> .....	62
Tabel 3.20	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Tokopedia Dimensi <i>The Psychosocial Implications</i> Pertanyaan 1 .....	63
Tabel 3.21	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Tokopedia Dimensi <i>The Psychosocial Implications</i> Pertanyaan 2 .....	64
Tabel 3.22	Rekapitulasi Skor Variabel Citra Merek Dimensi <i>The Psychosocial Implications</i> .....	65
Tabel 3.23	Skor Interval Variabel Intensitas Terpaan Iklan .....	65
Tabel 3.24	<i>Mean Analysis</i> Intensitas Terpaan GoTo <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 3.25	<i>Mean Analysis</i> Citra Merek Tokopedia . <b>Error! Bookmark not defined.</b>	



Tabel 3.26	Hasil Uji Korelasi Intensitas Terpaan GoTo * Citra Merek Tokopedia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.27	Koefisien Determinasi Intensitas Terpaan GoTo Terhadap Citra Merek Tokopedia.....	69
Tabel 3.28	Coefficients Intensitas Terpaan GoTo * Citra Merek Tokopedia .....	70

