

**EFEKTIVITAS IKLAN KREATIF LUAR RUANGAN RESTORAN
TAMAN PRINGSEWU YOGYAKARTA PADA WISATAWAN
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN *CUSTOMER RESPONSE INDEX*
(CRI)**



SKRIPSI

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

Oleh

ANASTASIA ROSA KUSUMANINGRUM

180906605 / KOM

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**EFEKTIVITAS IKLAN KREATIF LUAR RUANGAN RESTORAN TAMAN
PRINGSEWU YOGYAKARTA PADA WISATAWAN YOGYAKARTA
MENGUNAKAN *CUSTOMER RESPONSE INDEX* (CRI)**

SKRIPSI

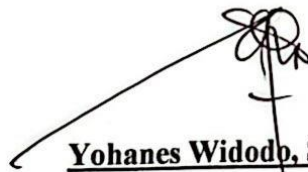
**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

disusun oleh :

ANASTASIA ROSA KUSUMANINGRUM

180906605

disetujui oleh :



Yohanes Widodo, S.Sos., M.Sc.

Dosen Pembimbing

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

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Efektivitas Iklan Kreatif Luar Ruangan Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta Pada Wisatawan Yogyakarta Menggunakan *Customer Response Index* (CRI)

Penyusun : Anastasia Rosa Kusumaningrum

NPM : 180906605

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa / 06 Desember 2022

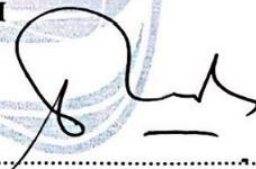
Pukul : 11.00

Tempat : Ruang Ujian FISIP UAJY

TIM PENGUJI

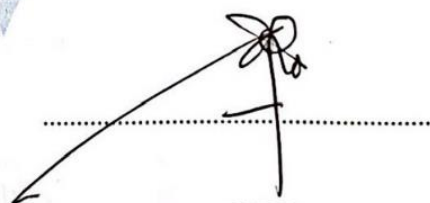
Bonaventura Satya Bharata, M.Si.

Penguji Utama



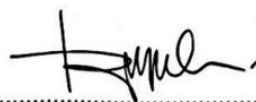
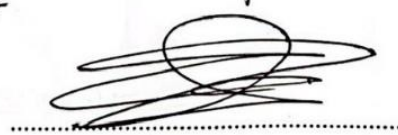
Yohanes Widodo, M.Sc.

Penguji I



Lukas Deni Setiawan, M.A.

Penguji II



Rangabumi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anastasia Rosa Kusumaningrum

NPM : 180906605

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Efektivitas Iklan Kreatif Luar Ruangan Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta Pada Wisatawan Yogyakarta Menggunakan *Customer Response Index (CRI)*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis Tugas Akhir yang berjudul Efektivitas Iklan Kreatif Luar Ruangan Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta Pada Wisatawan Yogyakarta Menggunakan *Customer Response Index (CRI)* ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan hasil plagiarisme, pencurian hasil karya tulis orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena terkait hubungan apapun, atau segala bentuk kemungkinan yang pada hakekatnya bukan merupakan karya saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat adanya ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan yang saya tulis, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan / keserjanaan.

Pernyataan ini saya tulis dengan kesadaran diri sendiri dan tidak dalam tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 18 November 2022

Saya yang menyatakan,



Anastasia Rosa Kusumaningrum

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan anugerah-Nya yang telah dilimpahkan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Efektivitas Iklan Kreatif Luar Ruangan Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta Pada Wisatawan Yogyakarta Menggunakan *Customer Response Index* (CRI)” sebagai syarat peneliti menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam menyusun tugas akhir ini, peneliti menghadapi berbagai rintangan dan hambatan. Namun di samping itu, peneliti juga mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Margono dan Ibu Sudarningsih selaku orang tua peneliti yang tidak pernah berhenti mendoakan anak bungsunya agar cepat lulus serta selalu bertanya kapan wisuda sehingga menjadi motivasi peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini
2. Kakak peneliti yaitu Agnes Indri, Desty Natalia, dan Intan Ayu yang selalu memahami kesulitan peneliti serta tak hentinya memberikann dukungan doa kepada peneliti
3. Diri sendiri, terima kasih karena tidak menyerah walaupun sering kali mengerjakan skripsi sambil menangis
4. Masboi selaku dosen pembimbing yang telah membantu peneliti dari awal bingung pilih judul sampai akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi ini

5. Seluruh responden dalam penelitian yang telah bersedia mengisi kuisioner sehingga penelitian ini dapat berjalan
6. Teman-teman Yujiem, Difa & Linda, Fuad & Manda, dan Bagas yang sering menemani peneliti mengerjakan skripsi sampai diusir dari *coffeeshop*
7. GSP *girl* yaitu Fallen, Nayo, Narindra, Cimoy, dan Marchiau, sekumpulan wanita hebat yang tidak pernah bosan mendengarkan cerita peneliti dan selalu memberikan dukungan kepada peneliti
8. Tania Susanto, Cika Tweety, dan Lung Ayu, rekan seperjuangan susah senang sedih gembira kenyang lapar peneliti yang selalu setia menemani dan mendukung sepenuhnya tidak hanya dalam penyusunan skripsi ini tetapi juga dalam kehidupan peneliti sebagai anak kos, i lov u gais
9. Kak Njen yang selalu membantu peneliti ketika peneliti mulai kehilangan arah atau bingung dengan penelitiannya sendiri
10. Ripah Team yang selalu memberikan kesempatan dan mendukung apapun kegiatan yang berkaitan dengan skripsi ini agar peneliti segera lulus
11. Yellow Team terutama Mas Adrian, Mas Vando, dan Mas Dolin yang senantiasa memberikan bantuan serta dukungan kepada peneliti agar peneliti tidak menyerah dalam menyusun skripsi
12. Mas B, si super sabar yang selalu menemani peneliti dalam menyusun skripsi dan selalu memberikan dukungan serta bantuan terbaik agar peneliti dapat segera menyelesaikan skripsi ini.

**EFEKTIVITAS IKLAN KREATIF LUAR RUANGAN RESTORAN
TAMAN PRINGSEWU YOGYAKARTA PADA WISATAWAN
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN *CUSTOMER RESPONSE INDEX*
(CRI)**

ABSTRAK

Iklan merupakan sebuah pesan yang disampaikan kepada khalayak tertentu melalui sebuah media yang bertujuan untuk membujuk khalayak agar menggunakan suatu produk. Iklan juga menjadi jembatan antara pemilik produk dan target pasar, tanpa adanya sebuah iklan maka masyarakat tidak akan pernah mengetahui keberadaan suatu produk. Oleh karena itu perusahaan pasti berusaha untuk menciptakan iklan yang semenarik mungkin.

Namun yang terpenting dari sebuah iklan yaitu tingkat efektivitasnya. Pemilihan media iklan dapat mempengaruhi tingkat efektivitas suatu iklan. Terdapat berbagai media iklan mulai dari media konvensional seperti koran, radio, hingga media digital seperti pada media sosial, mesin pencarian, dan sebagainya. Saat ini, banyak perusahaan mulai beralih menggunakan media digital dalam rangka mengikuti perkembangan zaman. Namun ada beberapa perusahaan yang tetap gigih menggunakan beberapa media konvensional, salah satunya yaitu Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta. Sebuah restoran wisata yang terletak di Jalan Magelang KM 9 menggunakan salah satu media konvensional yaitu iklan luar ruangan berupa *road sign*.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengukur tingkat efektivitas iklan luar ruangan milik Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta menggunakan penghitungan *Customer Response Index* (CRI). Penelitian ini menggunakan instrumen kuisisioner dengan subjek penelitian yaitu wisatawan Yogyakarta yang pernah melewati Jalan Magelang.

Hasil penelitian menunjukkan iklan luar ruangan milik Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta tergolong efektif dengan nilai akhir CRI sebesar 29,4%. Kemudian, iklan juga tergolong memiliki efektivitas tinggi dalam hal menyebarkan pesan pada pasar yang tepat (*exposed*), membuat target pasar sadar akan keberadaan restoran (*awareness*), memunculkan rasa ingin mengunjungi restoran (*intention*), hingga akhirnya mengunjungi restoran (*action*).

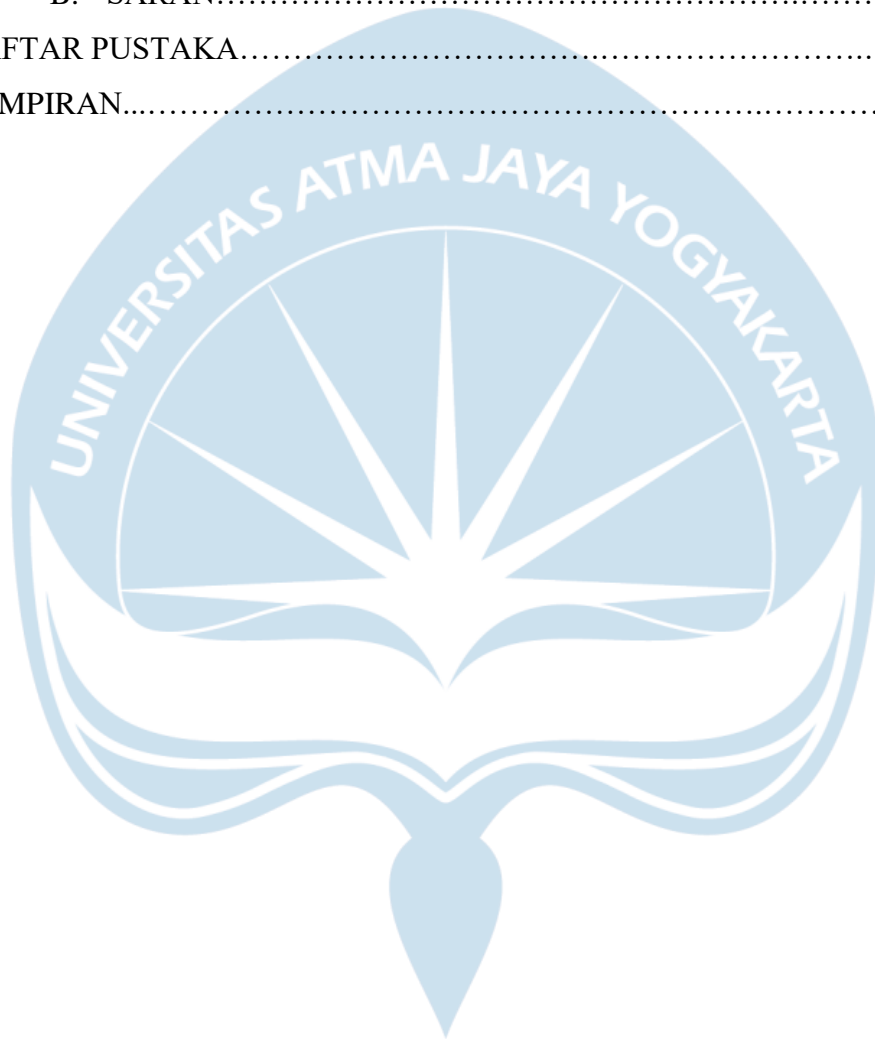
Kata kunci: Iklan, Efektivitas Iklan, *Customer Response Index* (CRI)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	7
C. TUJUAN PENELITIAN.....	7
D. MANFAAT PENELITIAN.....	7
E. KERANGKA TEORI.....	8
F. KERANGKA KONSEP.....	17
G. DEFINISI OPERASIONAL.....	20
H. METODOLOGI PENELITIAN.....	21
BAB 2 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. SEJARAH RESTORAN TAMAN PRINGSEWU.....	35
B. VISI, MISI, FALSAFAH.....	36
C. STRUKTUR ORGANISASI.....	37
D. PERIKLANAN RESTORAN TAMAN PRINGSEWU.....	38
E. IKLAN LUAR RUANGAN (<i>ROAD SIGN</i>).....	41
BAB 3 PEMBAHASAN	
A. TEMUAN DATA.....	49
B. ANALISIS DATA.....	60

BAB 4 PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	76
B. SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional Penelitian.....	20
Tabel 1.2 Uji Validitas.....	26
Tabel 1.3 Uji Reliabilitas.....	27
Tabel 1.4 Interval Kelas.....	29
Tabel 2.1 Iklan Luar Ruangan Milik Restoran.....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hierarchy of Customer Response Effect.....	15
Gambar 1.2 Kerangka Konsep.....	17
Gambar 1.2 Hierarchy of Customer Response Effect.....	30
Gambar 1.3 Contoh Hierarchy of Customer Response Effect.....	32
Gambar 2.1 Struktur Organisasi.....	37
Gambar 2.2 Contoh Iklan Brosur.....	38
Gambar 2.3 Contoh Iklan Surat Kabar.....	39
Gambar 2.4 Laman Resmi Restoran.....	40
Gambar 2.5 Instagram Resmi Restoran.....	41
Gambar 3.1 Model CRI Iklan Luar Ruangan Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta	59

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Jumlah Responden.....	49
Grafik 3.2 Usia Responden.....	50
Grafik 3.3 Jumlah Responden Exposed.....	51
Grafik 3.4 Jumlah Responden Aware.....	52
Grafik 3.5 Jumlah Responden Comprehend.....	53
Grafik 3.6 Jumlah Responden Intention.....	54
Grafik 3.7 Jumlah Responden Action.....	55

