

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KETERTARIKAN PADA
ELEMEN-ELEMEN IKLAN TELEVISI DENGAN *BRAND KNOWLEDGE***
(Studi Eksplanatif Hubungan antara Tingkat Ketertarikan pada Elemen-Elemen Iklan
Televisi Yamaha Mio J Versi '*1000% Joyful*' dengan Pengetahuan Merek (*Brand
Knowledge*) Yamaha Mio J di Kalangan Pelajar SMP
di Daerah Istimewa Yogyakarta)



Oleh:

Felix Hendi Afian Setiawan

08 09 03517

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

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KETERTARIKAN PADA ELEMEN-
ELEMEN IKLAN TELEVISI DENGAN *BRAND KNOWLEDGE*
(Studi Eksplanatif Hubungan antara Tingkat Ketertarikan pada Elemen-
Elemen Iklan Televisi Yamaha Mio J Versi '1000% Joyful' dengan
Pengetahuan Merek (*Brand Knowledge*) Yamaha Mio J di Kalangan Pelajar
SMP di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI


Disusun guna melengkapi tugas akhir untuk memenuhi syarat mencapai gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

FELIX HENDI AFIAN SETIAWAN

08 09 03517 / 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**

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Hubungan antara Tingkat Ketertarikan pada Elemen-Elemen Iklan Televisi dengan *Brand Knowledge* (Studi Eksplanatif Hubungan antara Tingkat Ketertarikan pada Elemen-Elemen Iklan Televisi Yamaha Mio J Versi '1000% Joyful' dengan Pengetahuan Merek (*Brand Knowledge*) Yamaha Mio J di Kalangan Pelajar SMP di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Penyusun : Felix Hendi Afian Setiawan

NIM : 08 09 03517

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari, tanggal : Kamis, 7 Februari 2013

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

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

Penguji Utama


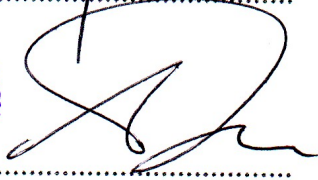
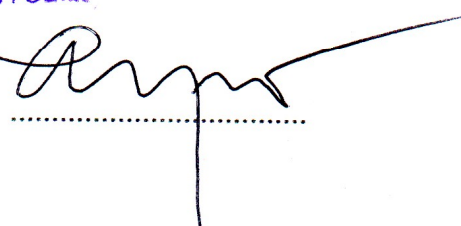
Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A

Penguji I

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji II




.....

.....

.....

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Felix Hendi Afian Setiawan
Nomor Mahasiswa : 08 09 03517
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Komunikasi Pemasaran & Periklanan
Judul Skripsi : Hubungan antara Tingkat Ketertarikan pada Elemen-Elemen Iklan Televisi dengan *Brand Knowledge* (Studi Eksplanatif Hubungan Antara Tingkat Ketertarikan pada Elemen-Elemen Iklan Televisi Yamaha Mio J Versi '1000% Joyful' dengan Pengetahuan Merek (*Brand Knowledge*) Yamaha Mio J di Kalangan Pelajar SMP di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Skripsi 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 pada hakikatnya bukan merupakan skripsi saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian 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 atau kesarjanaan.

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

Yogyakarta, 23 Januari 2013

Saya yang menyatakan,



Felix Hendi Afian Setiawan

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara tingkat ketertarikan pada elemen-elemen iklan televisi Yamaha Mio J versi '1000% Joyful' dengan pengetahuan merek (*brand knowledge*) Yamaha Mio J di kalangan pelajar SMP yang ada di propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang relevan yaitu teori mengenai komunikasi pemasaran, teori *stimulus-response*, teori mengenai merek (brand) teori mengenai iklan televisi dan teori mengenai elemen-elemen iklan televisi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif (kuantitatif). Pengambilan sampel populasi dilakukan dengan metode *one-stage cluster sampling*. Jumlah SMP yang dipilih secara acak dalam penelitian ini adalah 9 SMP, kemudian peneliti mengambil sampel 10 orang pelajar dari masing-masing SMP yang telah dipilih secara acak tersebut.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden untuk kemudian diisi. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui data-data yang terdapat di dalam *website* dan hasil wawancara dengan bantuan teknologi informasi. Metode pengukuran data dilakukan dengan menggunakan skala *guttman*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis eksplanatif, distribusi frekuensi, tabulasi silang, uji *cochran* dan analisis korelasi *Pearson*.

Nilai koefisien korelasi yang didapat melalui uji korelasi antara variabel tingkat ketertarikan pada elemen-elemen iklan televisi Yamaha Mio J versi '1000% Joyful' dengan *brand knowledge* Yamaha Mio J dalam penelitian ini bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini merujuk pada "semakin tinggi tingkat ketertarikan pada elemen-elemen iklan televisi Yamaha Mio J maka semakin tinggi pula pengetahuan merek Yamaha Mio J yang dimiliki" atau "semakin rendah tingkat ketertarikan pada elemen-elemen iklan televisi Yamaha Mio J maka semakin rendah pengetahuan merek Yamaha Mio J yang dimiliki."

Berdasarkan hasil uji korelasi juga terbukti bahwa variabel tingkat ketertarikan pada elemen-elemen iklan televisi Yamaha Mio J versi '1000% Joyful' memiliki hubungan yang positif terhadap *brand knowledge* (pengetahuan merek) Yamaha Mio J karena dari hasil perhitungan didapatkan nilai koefisien korelasi r sebesar 0,561. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai $r > r_{tabel}$ karena nilai r_{tabel} dengan $N=90$ adalah sebesar 0,207. Hasil uji korelasi tersebut juga menunjukkan bahwa korelasi kedua variabel dalam penelitian ini masuk ke dalam kategori hubungan yang sedang sebab nilai koefisien korelasinya sebesar 0,561 ($0,500 \leq r < 0,800$).

Kata kunci : korelasi, tingkat ketertarikan, elemen iklan televisi, *brand knowledge*, pengetahuan merek

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat rahmat dan kasih-Nya yang senantiasa menemani setiap langkah dan pekerjaan penulis hingga akhirnya penulis dapat menjalani setiap proses pengerjaan skripsi ini dari awal sampai akhir dengan baik.

Kelegaian yang teramat sangat dirasakan oleh penulis ketika dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selama pengerjaan skripsi yang melalui proses panjang dan cukup melelahkan ini penulis tidak dapat terlepas dari peran banyak pihak yang membantu penulis dari awal hingga akhir. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada setiap pihak yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa mencurahkan rahmat berkat dan kasih-Nya yang melimpah pada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ayah Bunda, terimakasih atas dukungan yang selalu kalian berikan sehingga penulis mendapatkan suntikan motivasi dan semangat agar dapat dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.
3. Mellone Christine, terimakasih telah setia menemani penulis setiap hari, bahkan selama pengerjaan skripsi ini Anda tak pernah jauh dari penulis. Ketika skripsi ini selesai, kita akan selangkah lebih dekat ke jenjang hubungan berikutnya.

4. Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A yang telah membimbing, memberikan koreksi, masukan dan saran bagi penulis selama pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Para sahabat, Otonk, Yoga, Jhe, Andreas Indra. Terimakasih atas dukungan, bantuan dan semangat kalian selama penulis mengerjakan skripsi ini.
6. Ibu F. Anita Herawati, SIP.,M.Si dan juga Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si yang telah menguji skripsi penulis. Terimakasih atas bantuan, saran dan masukannya pada saat ujian pendadaran dan terimakasih juga telah menguji penulis dengan baik.
7. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, seluruh dosen Fisip, bagian Tata Usaha, bagian Ujian dan segenap karyawan UAJY. Terimakasih atas bantuan dalam bentuk apapun yang diberikan pada penulis selama ini. Penulis mempelajari banyak hal di FISIP berkat bantuan dari Anda semua.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Yogyakarta, 23 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori	6
1. Teori S-R (<i>Stimulus-Response</i>)	6
2. Periklanan (<i>Advertising</i>)	8
3. Merek (<i>Brand</i>)	10
4. Televisi sebagai Media Periklanan.....	13
5. Elemen-Elemen Iklan Televisi.....	14
6. Pengetahuan Merek (<i>Brand Knowledge</i>)	18
F. Kerangka Konsep	27
G. Hipotesis	31
H. Definisi Operasional.....	32
I. Metodologi Penelitian.....	45
1. Metode Penelitian.....	45
2. Jenis Penelitian.....	45

3. Waktu dan Lokasi Penelitian	46
4. Populasi.....	46
5. Pengambilan Sampel	48
6. Metode Pengumpulan Data.....	51
7. Metode Pengukuran Data.....	53
8. Metode Analisis Data	53
9. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
BAB II : GAMBARAN UMUM OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
1. Sekilas Tentang Yamaha Mio J.....	61
2. Sekilas Tentang Iklan Televisi Yamaha Mio J “1000% Joyful” ...	64
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	67
1. Karakteristik Responden.....	67
2. Karakteristik Lokasi Penelitian.....	68
BAB III : HASIL PENELITIAN	
A. Analisis Data	76
1. Uji Cochran.....	76
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
3. Analisis Distribusi Frekuensi dan Tabulasi Silang	84
4. Uji Korelasi Pearson.....	101
B. Pembahasan.....	103
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	117
B. Saran	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

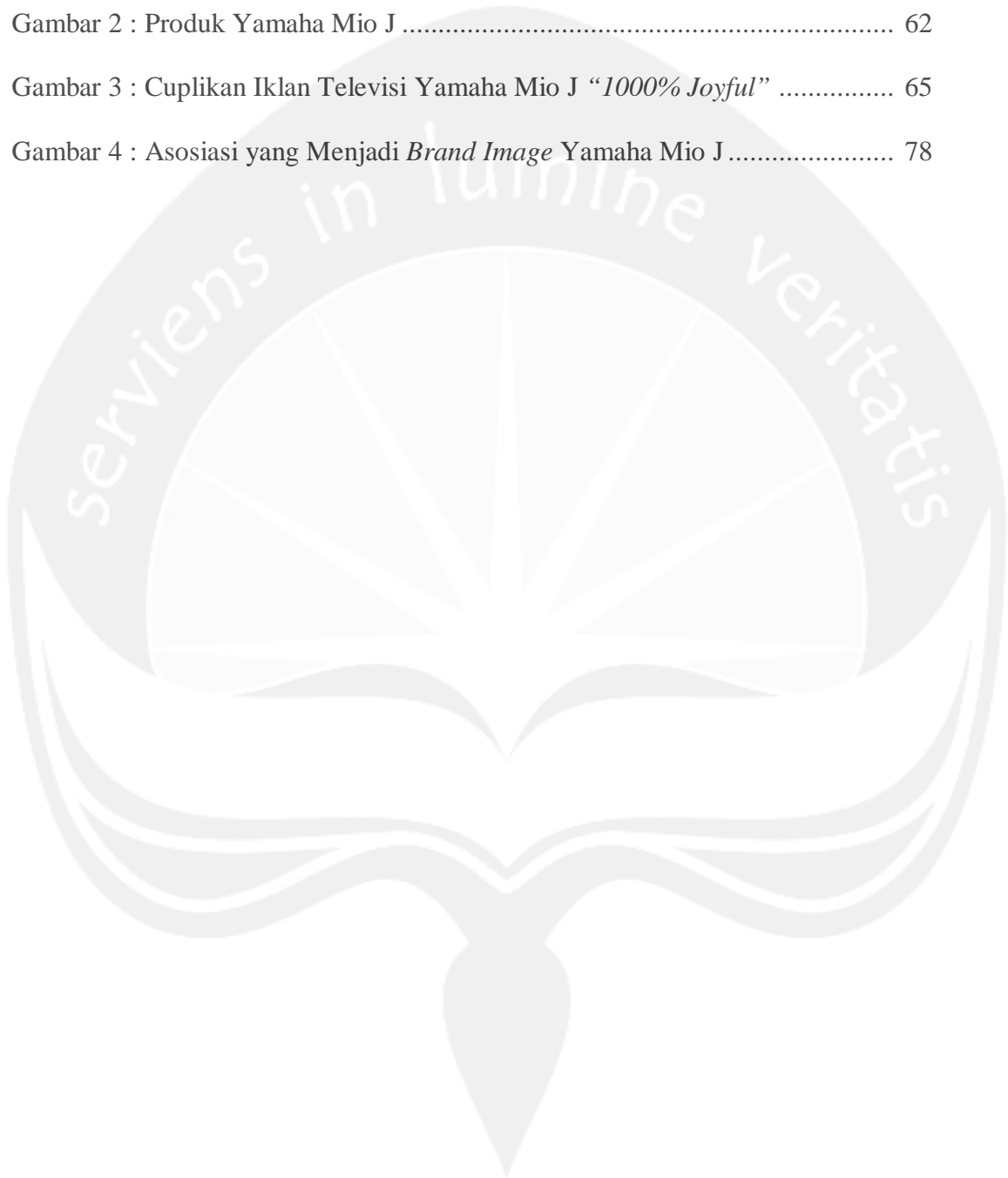
DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Data Penjualan Sepeda Motor Januari-Juli 2012 (Data AISI)	2
Tabel 2 : Motor Matic Terlaris Januari-April 2012 (Data AISI)	3
Tabel 3 : Data Jumlah Sekolah Negeri dan Swasta Propinsi DIY 2011/2012	47
Tabel 4 : Penjabaran <i>One-Stage Cluster Sampling</i>	48
Tabel 5 : Daftar SMP Hasil Pengacakan dan Jumlah Sampel Tiap SMP.....	50
Tabel 6 : Interpretasi Koefisien Korelasi	57
Tabel 7 : Hasil Uji Cochran Asosiasi Merek Yamaha Mio J	77
Tabel 8 : Asosiasi yang Menjadi <i>Brand Image</i> Yamaha Mio J.....	78
Tabel 9 : Hasil Uji Validitas Variabel X.....	80
Tabel 10 : Hasil Uji Validitas Variabel Y	81
Tabel 11 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	83
Tabel 12 : Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	85
Tabel 13 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Elemen <i>Video</i>	86
Tabel 14 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Elemen <i>Audio</i>	87
Tabel 15 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Elemen <i>Talent</i>	88
Tabel 16 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Elemen <i>Props</i>	89
Tabel 17 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Elemen <i>Setting</i>	90

Tabel 18 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Elemen <i>Lighting</i>	91
Tabel 19 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Elemen <i>Graphics</i>	92
Tabel 20 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Elemen <i>Pacing</i>	93
Tabel 21 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada <i>Brand Awareness</i>	94
Tabel 22 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada <i>Brand Image</i>	96
Tabel 23 : Tabel Distribusi Frekuensi Tingkat Ketertarikan pada Elemen-Elemen Iklan Televisi Yamaha Mio J.....	97
Tabel 24 : Tabel Distribusi Frekuensi <i>Brand Knowledge</i> (Pengetahuan Merek) Yamaha Mio J.....	98
Tabel 25 : Tabulasi Silang Jenis Kelamin Responden dengan Tingkat Ketertarikan pada Elemen-Elemen Iklan Televisi Yamaha Mio J.....	99
Tabel 26 : Tabulasi Silang Jenis Kelamin Responden dengan <i>Brand Knowledge</i> (Pengetahuan Merek) Yamaha Mio J.....	100
Tabel 27 : Interpretasi Koefisien Korelasi	102
Tabel 28 : Tabel Korelasi Variabel Tingkat Ketertarikan pada Elemen-Elemen Iklan Televisi Yamaha Mio J (X) dengan Variabel <i>Brand Knowledge</i> (Y)	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo Yamaha Mio J	61
Gambar 2 : Produk Yamaha Mio J	62
Gambar 3 : Cuplikan Iklan Televisi Yamaha Mio J “1000% Joyful”	65
Gambar 4 : Asosiasi yang Menjadi <i>Brand Image</i> Yamaha Mio J	78



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Model S – R.....	7
Bagan 2 : Kerangka Konsep Penelitian.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Angka Hasil Pengacakan Sampel SMP di Propinsi DIY

Lampiran 3 : Rekap Jawaban Responden

Lampiran 4 : Kuesioner *Pre-Test* Asosiasi Merek Yamaha Mio J dan Hasil Uji

Q-Cochran Brand Image Yamaha Mio J

Lampiran 5 : Uji Validitas & Reliabilitas

Lampiran 6 : Distribusi Frekuensi dan Tabulasi Silang

Lampiran 7 : Tabel r Korelasi Pearson