

PENGARUH TERPAAN ANIME HAIKYU!! TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ASICS



SKRIPSI

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

oleh
ANINDITA RAHARDINI
170906250

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH TERPAAN ANIME HAIKYU!! TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU ASICS**

SKRIPSI

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

disusun oleh :

ANINDITA RAHARDINI

170906250

disetujui oleh :



R.A Vita N.P.A., S.Pd., M.Hum., Ph.D.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN ANIME HAIKYU!! TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ASICS

Penyusun : ANINDITA RAHARDINI

NPM : 170906250

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Senin, 26 Juni 2023

Pukul : 11.30 WIB

Tempat : Ruang Sidang II FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Pupung Arifin, S.Sos., M.Si.

Penguji Utama



R.A. Vita N.P.A, S.Pd., M.Hum., Ph.D.

Penguji I

Lukas Deni Setiawan, S.I.P., M.A.

Penguji II




.....



.....


.....

Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anindita Rahardini

NPM : 170906250

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN ANIME HAIKYU!! TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ASICS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 14 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Anindita Rahardini

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan atas berkat dan karunia-Nya hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Pengaruh Terpaan Anime Haikyu!! Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu ASICS” ini dengan baik. Tugas akhir ini dibuat dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih belum sempurna, peneliti memohon maaf atas kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Namun, peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru bagi orang lain. Peneliti sangat terbuka pada saran dan kritik yang kiranya dapat diberikan pada penelitian ini. Peneliti juga tidak mungkin dapat mencapai tahap ini tanpa dukungan banyak pihak, karena itu peneliti ingin mempersembahkan tulisan ini kepada:

1. Ibunda tersayang yang selalu memberikan dukungan, doa, dan selalu sabar menghadapi peneliti.
2. Ibu R. A. Vita N. P. A., S.Pd., M.Hum., Ph.D. sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan kepada peneliti dari awal hingga selesai.
3. Seluruh dosen dan staff yang telah memberikan banyak ilmu, dukungan, dan fasilitas selama ini.
4. Teman-teman yang selalu memberi dukungan dan bersedia menjadi tempat curhat tengah malam untuk peneliti.
5. Komunitas Haikyuufess yang bersedia menjadi responden hingga memungkinkan skripsi ini mencapai akhir.
6. Haruichi Furudate yang telah menciptakan Haikyu!. Terima kasih atas karyanya yang menginspirasi dan mengajari tentang perjuangan tanpa batas.

Yogyakarta, 14 Juni 2023

ANINDITA RAHARDINI

170906250 / KOM

**PENGARUH TERPAAN ANIME HAIKYU!! TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU ASICS**

ABSTRAK

Industri anime di tengah pandemi Covid-19 menjadi industri hiburan yang stabil, bahkan memperoleh keuntungan sebesar 68.5 miliar Yen. Anime menjadi produk unggulan Jepang, namun hanya 20% orang yang memiliki kesan baik. Di Indonesia, anime dianggap sebagai ancaman bagi bahasa dan sastra. Meskipun begitu, penggunaan anime sebagai media iklan tetap diminati oleh pengiklan dengan harapan *brand* tetap terlihat relevan bagi anak muda.

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan anime Haikyuu!! terhadap keputusan pembelian sepatu ASICS. Peneliti berfokus pada aspek penempatan merek dalam bentuk parodi sebagai salah satu sarana beriklan dengan menggunakan anime. Teori stimulus organisme respon, terpaan media, dan keputusan pembelian menjadi teori yang digunakan untuk mendukung analisis penelitian ini. Peneliti menggunakan metode survei dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang disebarluaskan secara daring melalui Google Form. Dari total populasi pengikut akun Twitter @haikyuuufess, pengujian mendapatkan 100 responden yang sesuai dengan kriteria melalui teknik *purposive sampling*.

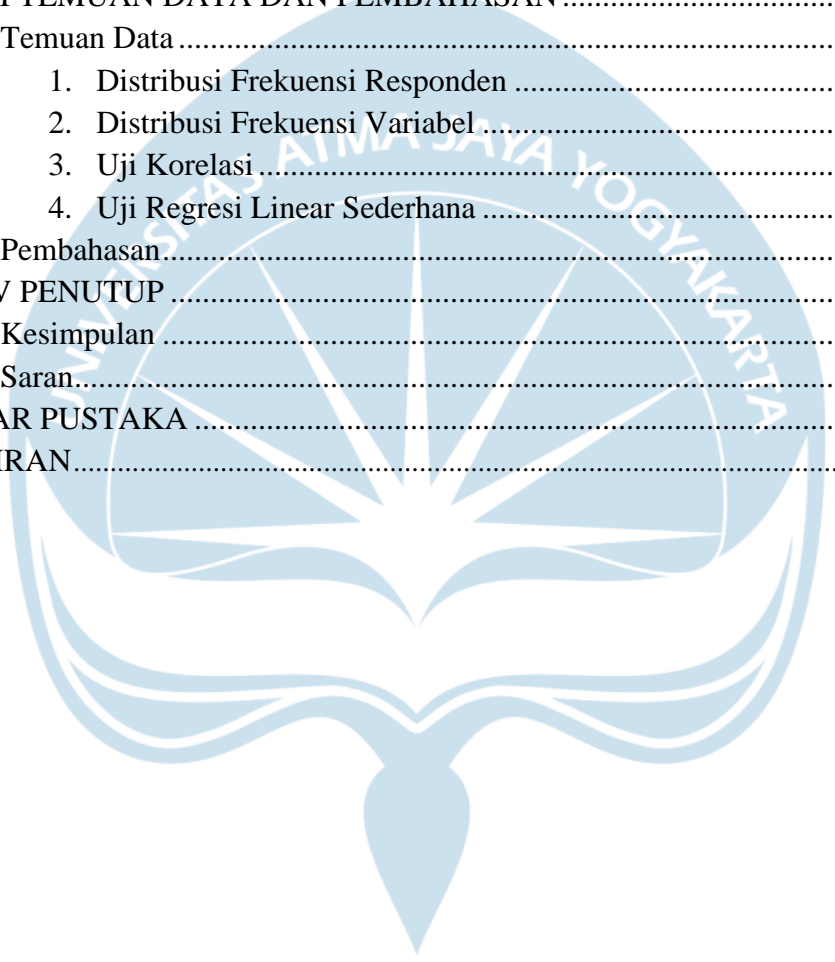
Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terpaan anime Haikyuu!! berpengaruh positif sebesar 13,7% terhadap keputusan pembelian sepatu ASICS, sedangkan 86,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Lebih dari 50% responden menyadari adanya parodi merek ASICS dan 76% di antaranya merasa butuh menggunakan ASICS setelah menonton Haikyuu!!. Hal ini menunjukkan bahwa penempatan merek dalam bentuk parodi tidak hanya meningkatkan *brand awareness*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terpaan anime Haikyuu!! berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu ASICS oleh fans.

Kata kunci; Terpaan Anime, Penempatan Produk, Parodi, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

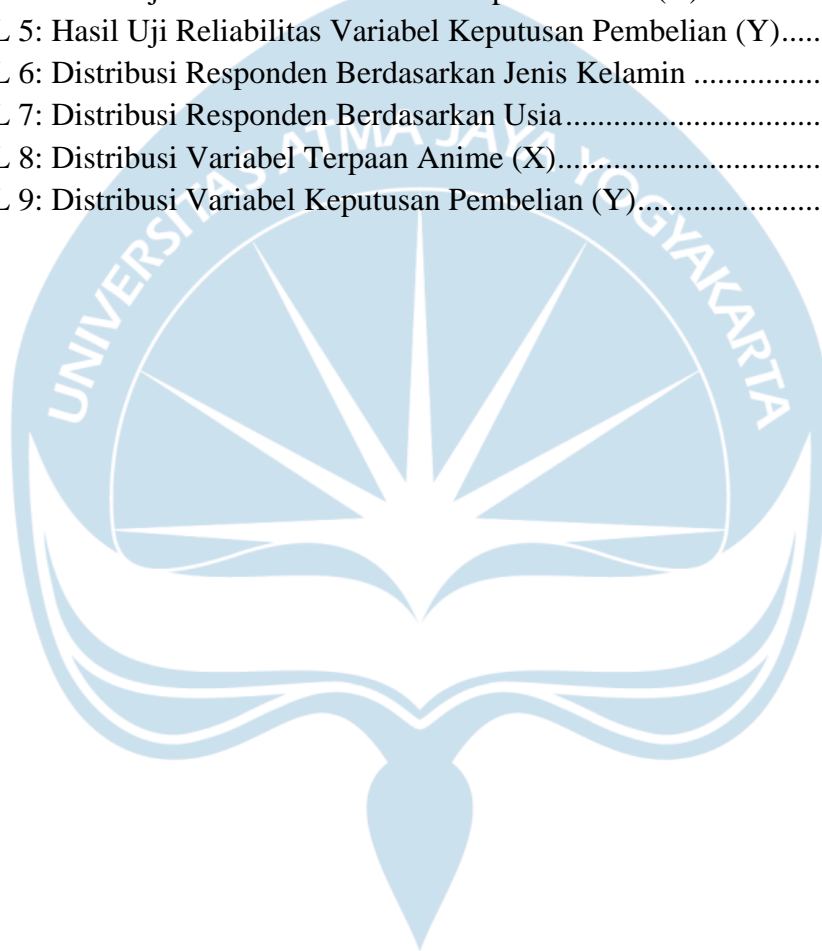
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Kerangka Teori.....	12
1. Komunikasi Massa.....	12
2. Komunikasi Pemasaran.....	17
3. Periklanan.....	19
4. Terpaan Media	21
5. Keputusan Pembelian.....	22
6. Teori S-O-R.....	24
F. Kerangka Konsep.....	25
1. Terpaan Anime Haikyu!!	25
2. Keputusan Pembelian Sepatu ASICS	27
G. Definisi Operasional	29
H. Hipotesis.....	30
I. Metodologi Penelitian	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Metode Penelitian	31
3. Sumber Data.....	32
4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
5. Populasi dan Sampel	33

6. Teknik Analisis Data.....	35
BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN	43
A. Anime Haikyu!!	43
B. ASICS	44
C. Pengikut Akun Twitter @haikyuufess	46
BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Temuan Data	48
1. Distribusi Frekuensi Responden	48
2. Distribusi Frekuensi Variabel	49
3. Uji Korelasi	56
4. Uji Regresi Linear Sederhana	57
B. Pembahasan.....	59
BAB IV PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

TABEL 1: Penjabaran Definisi Operasional.....	29
TABEL 2: Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Anime (X)	37
TABEL 3: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38
TABEL 4: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Anime (X).....	40
TABEL 5: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	40
TABEL 6: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
TABEL 7: Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	49
TABEL 8: Distribusi Variabel Terpaan Anime (X).....	50
TABEL 9: Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1: Hasil Survei Morning Consult Tahun 2020	3
GAMBAR 2: Perbandingan Model Sepatu ASICS Asli dan Parodi	6
GAMBAR 3: Konfirmasi ASICS Atas Parodi Dalam Haikyu!!.....	7
GAMBAR 4: Daftar Acara Paling Dibicarakan di Twitter tahun 2020.....	8
GAMBAR 5: Popularitas Haikyu!! di Trending Twitter Indonesia	8
GAMBAR 6: Jumlah Pengikut Akun Twitter @haikyuufess.....	34
GAMBAR 7: Hasil Uji Korelasi.....	57
GAMBAR 8: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	58



DAFTAR BAGAN

BAGAN 1: Kerangka Teori Stimulus Organisme Respon	25
BAGAN 2: Kerangka Berpikir Penelitian	29



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	71
Uji Validitas Variabel Terpaan Anime (X).....	73
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	74
Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Anime (X).....	75
Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	75
Uji Korelasi	75
Uji Regresi Linear Sederhana	76

