

**PENGARUH PESAN IKLAN YOUTUBE “ADAKAMI” SEBAGAI
APLIKASI PINJAMAN ONLINE TERHADAP MOTIVASI MEMINJAM
UANG KALANGAN ANAK MUDA DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.I.Kom)

Oleh:

GUSTI AYU PUTU RATNA ASTUTI

190906924/Ilmu Komunikasi

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PESAN IKLAN YOUTUBE “ADAKAMI” SEBAGAI
APLIKASI PINJAMAN ONLINE TERHADAP MOTIVASI MEMINJAM
UANG KALANGAN ANAK MUDA DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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

disusun oleh :

GUSTI AYU PUTU RATNA ASTUTI

190906924

disetujui oleh :



Desideria Cempaka Wijaya Murli, S.Sos., MA, Ph.D

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH PESAN IKLAN YOUTUBE "ADAKAMI"
SEBAGAI APLIKASI PINJAMAN ONLINE TERHADAP MOTIVASI
MEMINJAM UANG KALANGAN ANAK MUDA DI YOGYAKARTA

Penyusun : Gusti Ayu Putu Ratna Astuti
NPM : 190906924

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari / Tanggal : Rabu, 26 April 2023

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang II Kampus 4 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., MA, Ph.D.

Penguji Utama

Meganusa Pravudi Ludvianto, S.I.P., M.Comm

Penguji I

Immanuel Dwi Asmoro Tunegal, M.I.Kom

Penguji II

Rangabumi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gusti Ayu Putu Ratna Astuti

NPM : 190906924

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Iklan Youtube "AdaKami" Sebagai Aplikasi Pinjaman Online Terhadap Motivasi Meminjam Uang Kalangan Anak Muda Di Yogyakarta

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 keserjanaan saya.

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

Yogyakarta, 6 April 2023

Saya yang menandatangani,

Gusti Ayu Putu Ratna Astuti



HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya ucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ibu A. A. Ayu Kade Aryawati

Yang telah memberikan dukungannya dan menyertai dengan doa setiap proses penyelesaian skripsi dari awal hingga akhir

(Alm) Kakiang dan Niang yang senantiasa memberikan dukungan moral dan doa dari awal proses pendidikan hingga selesai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan Rahmat dan Karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Pengaruh Pesan Iklan Youtube AdaKami Sebagai Aplikasi Pinjaman Online Terhadap Motivasi Meminjam Uang Kalangan Anak Muda di Yogyakarta*”. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan akademis guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Namun peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru sehingga dikemudian hari penelitian ini dapat dikembangkan kembali lebih baik lagi dengan menekankan pada pesan iklan dari sebuah *brand*. Selama proses menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwasannya skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah terlibat dalam proses menyelesaikan skripsi ini:

1. Sang Hyang Widi Wasa. Terima kasih atas tuntunan dan peryertaannya selama menyusun skripsi.
2. Ibunda A.A.Ayu Kade Aryawati yang selalu memberikan dukungan dan juga doa tanpa henti, dari awal menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu. Terima kasih Bu untuk *supportnya* tanpa henti.

3. Alm. Kakiang & Niang yang selalu memberikan doanya tanpa henti. Terima kasih untuk semua dukungannya sedari kecil hingga melanjutkan pendidikan di Yogyakarta, setiap langkah dan proses yang penulis lewatkan doa mereka berdua senantiasa menyertai.
4. Om Ari yang menjadi orang tua kedua setelah ibu, yang selalu memberikan dukungan disetiap proses kuliah dan kegiatan yang penulis jalankan selama berkuliah di Yogyakarta. Terima kasih untuk saran dan pencerahannya yang selalu diberikan ketika penulis mengambil keputusan.
5. Ibu Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., MA, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran selama bimbingan setiap penulis mendapatkan kesulitan. Terima kasih atas bimbingan dan dukungannya selama ini.
6. Agung Deny yang selalu ada dan menemani penulis disaat kesulitan untuk menyelesaikan skripsi, memberikan semangat serta menghibur ketika penulis merasa tidak percaya diri.
7. Teman-teman seperjuangan yang menemani dan mendukung penulis selama proses menyusun skripsi ini. Terima kasih Tamara, Gloria, Acis untuk saling menguatkan dan saling mendukung satu sama lain, tidak lupa keluh kesah dan kenangannya yang berkesan semasa kuliah.
8. Teman-teman kuliah yang selalu memberikan warna selama kuliah. Terima kasih Mellisa, Sherin, Danny, Hana, Jesika, Adit, Riko untuk waktunya dan kebersamaan selama menyelesaikan pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

9. Teman-teman sepermainan di Bali yang selalu menghibur dan memberikan semangat untuk menyelesaikan proses skripsi. Terima kasih Utik, Ayu selalu menghibur dan menjadi tempat cerita.
10. Teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk segala dukungan dan bantuannya kepada penulis selama menempuh pendidikan di Yogyakarta.

GUSTI AYU PUTU RATNA ASTUTI

190906924

**PENGARUH PESAN IKLAN YOUTUBE “ADAKAMI” SEBAGAI
APLIKASI PINJAMAN ONLINE TERHADAP MOTIVASI MEMINJAM
UANG KALANGAN ANAK MUDA DI YOGYAKARTA**

ABSTRAK

Pinjaman online atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *Fintech Lending* merupakan sebuah peminjaman yang memanfaatkan teknologi untuk bisa memberikan pinjaman tanpa bertransaksi secara langsung. AdaKami merupakan salah satu *platform* pinjaman online yang menyediakan pinjaman dengan prosedur yang mudah hanya dengan menggunakan aplikasi AdaKami yang di download melalui *smartphone*. Dengan berada dibawah naungan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) AdaKami menjadi salah satu pinjaman online legal yang sudah terpercaya.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari pesan iklan youtube “AdaKami” sebagai aplikasi pinjaman online terhadap motivasi meminjam uang kalangan anak muda di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis data regresi linear sederhana. Data pada penelitian ini dikumpulkan menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 375 anak muda di Yogyakarta

Pada penelitian ini menemukan bahwa melalui analisis data yang telah dilakukan, pesan iklan “AdaKami” sebagai aplikasi pinjaman online mampu mempengaruhi motivasi meminjam uang kalangan anak muda, hal tersebut dilihat dari pesan persuasif yang ditunjukkan oleh iklan yang membuat *audiens* tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai manfaat penggunaan “AdaKami” sebagai aplikasi pinjaman online.

Kata kunci: Pinjaman online, Komunikasi Pemasaran, Pesan Iklan, Motivasi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat teoritis	13
2. Manfaat praktis	13
E. Kerangka Teori	14
1. Elaboration Likelihood Model.....	14
2. Pesan Iklan.....	22
3. Motivasi	24
F. Kerangka Konsep	29
1. Pesan Iklan.....	29
2. Anak Muda	32
3. Motivasi	33
4. Variabel Penelitian.....	35
G. Hipotesis	36
a. Hipotesis teoritik	37
b. Hipotesis Penelitian	37
c. Hipotesis Statistik	37
H. Definisi Operasional.....	38
I. Metodologi Penelitian.....	43

1. Jenis Penelitian	43
2. Metode Penelitian	43
3. Subjek	44
4. Objek	44
5. Teknik Sampling	44
5. Populasi dan Sampel	45
a. Populasi	45
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	48
7. Metode Pengukuran Data	53
8. Metode Analisis Data	54
BAB II	55
A. Profil pinjaman online AdaKami	55
B. Anak Muda Yogyakarta	63
BAB III	68
A. Hasil Temuan Data	68
1.1 Distribusi Frekuensi	68
1.2. Hasil Regresi Linear Sederhana	107
B. Analisis Data	113
1.1 Elaboration Likelihood Theory	114
1.1.2 Motivated Process	132
1.1.3 Able Process	135
1.1.4 Type Of Cognitive Process	137
1.2 Komunikasi Pemasaran	139
1.3 Pesan Iklan	141
1.3.1 Nama Produk	142
1.3.2 Gambar Produk	143
1.3.3 Tonjolkan Keunggulan	145
1.3.4 Kalimat Deskriptif	147
1.3.5 Kalimat Persuasif	149
1.3.6 Menarik Perhatian	150
1.3.7 Keinginan	152
1.3.8 Kepercayaan	153
1.4 Motivasi	155

1.4.2	Kebutuhan Keselamatan (<i>Safety</i>)	157
1.4.4	Kebutuhan Penghargaan (<i>Esteem</i>).....	161
BAB IV	165
A.	Kesimpulan	165
B.	Kelemahan Penelitian	166
C.	Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA	170
LAMPIRAN	182
A.	Kuesioner	182

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Perusahaan Fintech di Indonesia	2
Gambar 1.2 Statistik Penanganan Fintech Ilegal	4
Gambar 1.3 Statistik Penggunaan Youtube di Indonesia	7
Gambar 1.4 Statistik Aplikasi AdaKami	9
Gambar 1.5 Proses Terjadinya Elaboration Likelihood Theory	21
Gambar 2. 1. Jajaran komisaris	55
Gambar 2. 2. Kegiatan Literasi Keuangan.....	61
Gambar 2. 3. Persentase Survey	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 1. 2. Definisi Operasional.....	43
Tabel 1. 3. Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Iklan	50
Tabel 1. 4. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi.....	51
Tabel 1. 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pesan Iklan.....	52
Tabel 1. 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi	53
Tabel 3. 1. Distribusi Frekuensi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 3. 2. Distribusi Frekuensi Data Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 3. 3. Distribusi Frekuensi Data Responden Yang Pernah dan Tidak Pernah Menonton Iklan Pinjaman Online AdaKami.....	70
Tabel 3. 4. Distribusi Frekuensi Responden yang Familiar dengan Nama Pinjaman Online AdaKami	71
Tabel 3. 5. Distribusi Frekuensi Nama dari Pinjaman Online “AdaKami” Singkat dan Mudah Diingat.....	72
Tabel 3. 6. Distribusi Frekuensi Nada dari jingle iklan	73
Tabel 3. 7. Distribusi Frekuensi Visual Konsep Video dari Iklan	74
Tabel 3. 8. Distribusi Frekuensi Warna dari Visual Iklan.....	74
Tabel 3. 9. Distribusi Frekuensi Penempatan Text yang Ada Pada Iklan Pinjaman	75
Tabel 3. 10. Distribusi Frekuensi Pesan Iklan Youtube “AdaKami” mampu Memberikan.....	76
Tabel 3. 11. Distribusi Frekuensi Prosedur Penggunaan Jasa Pinjaman Online “AdaKami” yang Disampaikan Lewat Iklan, Sangat Mudah Dilakukan.	77
Tabel 3. 12. Distribusi Frekuensi Pinjaman Online “AdaKami” Membantu untuk Menunjang Kebutuhan Dadakan dengan Cara yang Mudah.....	78
Tabel 3. 13. Distribusi Frekuensi Prosedur Peminjaman Uang yang Dijelaskan Pada Iklan “AdaKami” Sangat Membantu untuk Meminjam Uang Secara Online.....	79
Tabel 3. 14. Distribusi Frekuensi Pesan Iklan Pinjaman Online “AdaKami” Selalu Mengingatkan untuk Membayar Cicilan Tepat Waktu	80
Tabel 3. 15. Distribusi Frekuensi Kalimat yang Digunakan Pada Iklan Memudahkan untuk Memahami Fungsi dari Jasa Tersebut.....	81
Tabel 3. 16. Distribusi Frekuensi Dengan Mendownload Aplikasi “AdaKami” Peminjaman Uang dan Dana Langsung Cair dalam waktu 24 Jam.....	82
Tabel 3. 17. Distribusi Frekuensi Pinjaman Online “AdaKami” Memiliki Bunga Ringan dan Mudah Dicil, Sehingga Tidak Takut Lagi Menggunakan Pinjaman Online	83
Tabel 3. 18. Distribusi Frekuensi Pesan Dari Iklan Pinjaman Online Mampu Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Tersebut	84
Tabel 3. 19. Distribusi Frekuensi Konsep dari Iklan Pinjaman Online “AdaKami” Menggunakan Alur Cerita Sehari-hari.....	85

Tabel 3. 20. Distribusi Frekuensi Permasalahan Tokoh yang Diangkat Pada Iklan Memiliki Kesamaan dengan permasalahan Sehari-hari.....	86
Tabel 3. 21. Distribusi Frekuensi Pesan Iklan Pinjaman Online “AdaKami” Mampu Menjawab Keinginan Sehari-hari	87
Tabel 3. 22. Distribusi Frekuensi Berbagai Keinginan Sehari-hari Bisa Terpenuhi Berkat “AdaKami”	88
Tabel 3. 23. Distribusi Frekuensi Brand Ambassador Pada Iklan Pinjaman Online "Adakami" Mampu Meyakinkan untuk Melakukan Pinjaman	89
Tabel 3. 24. Distribusi Frekuensi Pesan Iklan Pinjaman Online “AdaKami” Mengandung Visual.....	90
Tabel 3. 25. Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Memenuhi Kebutuhan Makan/Minum	92
Tabel 3. 26. Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Memenuhi Kebutuhan Peralatan Rumah	93
Tabel 3. 27. Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Memenuhi Kebutuhan Berpakaian.....	94
Tabel 3. 28. Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Memenuhi Kebutuhan Kesehatan (Rumah Sakit/Obat-obatan)	95
Tabel 3. 29. Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Kebutuhan Jangka Panjang	96
Tabel 3. 30. Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online karena Aman dan Menjadi Alternatif Pinjaman	97
Tabel 3. 31. Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Bisa Bergaul Dilingkungan Pertemanan	98
Tabel 3. 32 Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Mendapatkan Kepercayaan Dari Barang yang Dibeli	99
Tabel 3. 33 Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Mengembangkan Potensi Personal Lewat Kursus	100
Tabel 3. 34 Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Meningkatkan Ketrampilan dan Kemampuan yang Dimiliki	101
Tabel 3. 35 Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Mengembangkan Usaha Secara Mandiri	102
Tabel 3. 36 Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Mengembangkan Kreativitas yang Ada Dalam Diri	103
Tabel 3. 37 Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Mengekspresikan Diri.....	104
Tabel 3. 38 Distribusi Frekuensi Termotivasi Menggunakan Pinjaman Online untuk Memberikan Donasi Kepada Orang yang Membutuhkan	105
Tabel 3. 39 Tabel Anova Uji Nilai Signifikansi	108
Tabel 3. 40 Tabel Model Summary Uji Nilai Koefisiensi	110
Tabel 3. 41 Uji Regresi Linear Sederhana	111
Tabel 3. 42 Bagan Proses Terjadinya Elaboration Likelihood Theory	128
Tabel 3. 43 Tabel pernyataan Central Route (High)	130
Tabel 3. 44 Tabel pernyataan Peripheral Route (Low)	132

Tabel 3. 45	Tabel pernyataan Motivated Process	135
Tabel 3. 46	Tabel pernyataan Able Process.....	137
Tabel 3. 47	Tabel pernyataan Type Of Cognitive Process	139
Tabel 3. 48	Komponen Dari Pesan Iklan.....	142
Tabel 3. 49	Tabel pernyataan Indikator Nama Produk.....	143
Tabel 3. 50	Tabel pernyataan Indikator Gambar Produk.....	145
Tabel 3. 51	Tabel pernyataan Indikator Tonjolan Keunggulan.....	147
Tabel 3. 52	Tabel pernyataan Indikator Kalimat Deskriptif	149
Tabel 3. 53	Tabel pernyataan Indikator Kalimat Persuasif.....	150
Tabel 3. 54	Tabel Pernyataan Indikator Menarik Perhatian.....	151
Tabel 3. 55	Tabel Pernyataan Indikator Keinginan.....	153
Tabel 3. 56	Tabel Pernyataan Indikator Kepercayaan.....	154
Tabel 3. 57	Hirarki Kebutuhan Maslow.....	155
Tabel 3. 58	Tabel Pernyataan Indikator Kebutuhan Fisiologis	157
Tabel 3. 59	Tabel Pernyataan Indikator Kebutuhan Keselamatan	159
Tabel 3. 60	Tabel Pernyataan Indikator Kebutuhan Sosial.....	161
Tabel 3. 61	Tabel Pernyataan Indikator Kebutuhan Penghargaan.....	162
Tabel 3. 62	Tabel Pernyataan Indikator Kebutuhan Aktualisasi Diri.....	164