

PENGARUH TERPAAN IKLAN LAZADA “PENGIRIMAN CEPAT DAN GRATIS ONGKIR HANYA DI LAZADA!” PADA PLATFORM YOUTUBE TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PROMO LAZADA



SKRIPSI

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

Oleh:

BENEDIKTUS ADI KURNIAWAN (190906859)

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

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SRKIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Benediktus Adi Kurniawan

NPM : 190906859

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Lazada “Pengiriman Cepat dan Gratis Ongkir Hanya di Lazada!” Pada Platform Youtube Terhadap Minat Menggunakan Promo Lazada

Menyatakan dengan sungguh bahwa skripsi ini merupakan hasil karya dan kerja saya secara individu. Skripsi ini bukan merupakan hasil plagiasi, duplikasi ataupun pencurian hasil karya atau hasil penelitian orang lain.

Bila dikemudian 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 kesadaran diri dan tanpa adanya tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 5 Oktober 2023



Benediktus Adi Kurniawan

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pengaruh Terpaan Iklan Lazada “Pengiriman Cepat dan Gratis Ongkir
Hanya di Lazada!” Pada Platform Youtube Terhadap Minat Menggunakan
Promo Lazada**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

BENEDIKTUS ADI KURNIAWAN

No. Mhs: 06859 / KOM

Disetujui oleh:



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., MA.

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi : **PENGARUH TERPAAN IKLAN LAZADA “PENGIRIMAN CEPAT DAN GRATIS ONGKIR HANYA DI LAZADA!” PADA PLATFORM YOUTUBE TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PROMO LAZADA**

Penyusun : Benediktus Adi Kurniawan

NIM : 190906859

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Uji Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 11 Oktober 2023

Pukul : 13.00

Tempat : Ruang Pendaran

TIM PENGUJI

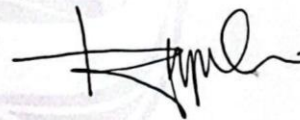
Desideria Cempaka W. M., S.Sos., M.A., Ph.D.

Penguji Utama



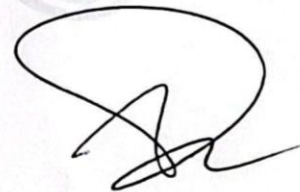
Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., MA.

Penguji I



Dr. Phil. Yoseph Bambang W., S.Sos., MA.

Penguji II



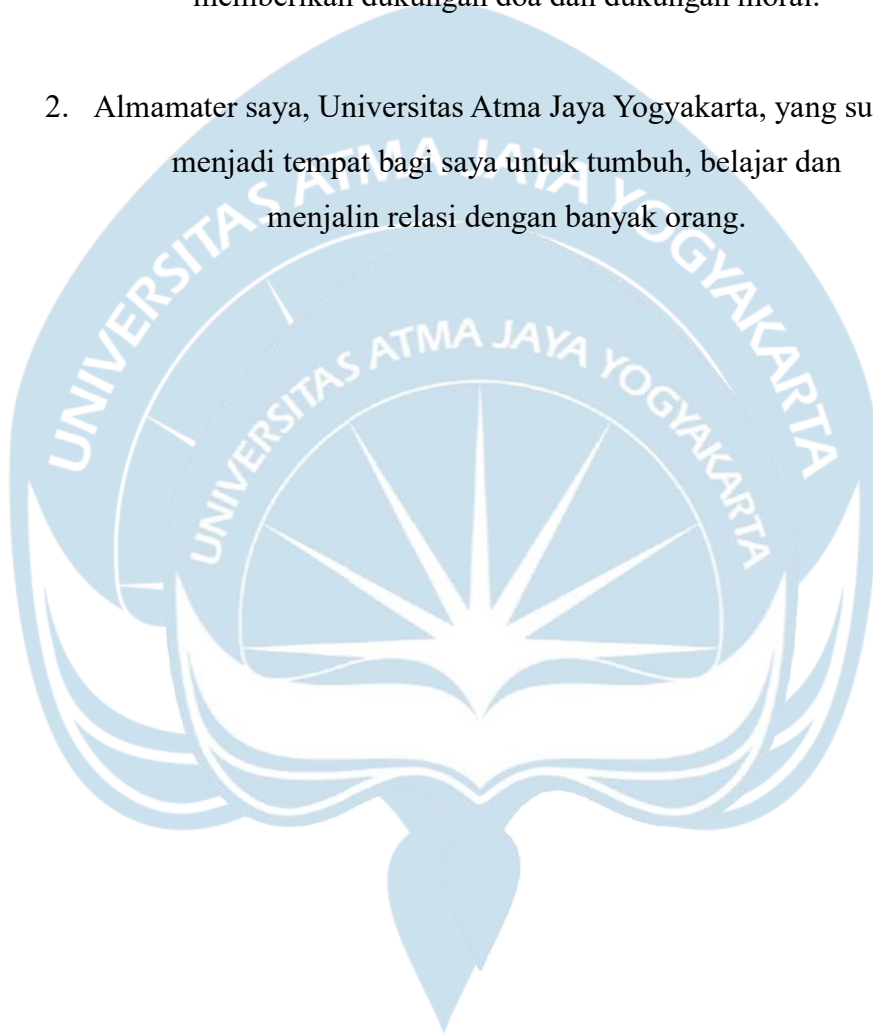
Irene Santika Vidiadari, M.A

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Keluarga saya tercinta khususnya kedua orang tua, yang selalu memberikan dukungan doa dan dukungan moral.
2. Almamater saya, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang sudah menjadi tempat bagi saya untuk tumbuh, belajar dan menjalin relasi dengan banyak orang.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis aturkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang sudah memberikan penyertaan kepada saya untuk bisa melalui penelitian ini guna meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Atas berkat dan karunia dari Tuhan, penelitian yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Lazada ‘Pengiriman Cepat dan Gratis Ongkir Hanya di Lazada!’ Pada Platform Youtube Terhadap Minat Menggunakan Promo Lazada”.

Penulis menyadari seluruh proses yang sudah dilalui selama perkuliahan hingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi tidak akan bisa berjalan dengan lancar tanpa doa dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, membimbing, memberikan kesehatan, dan hikmat dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
2. Keluarga penulis yang selalu mendukung, yaitu Bapak, Ibu, serta kedua kakak dan adik saya. Terima kasih untuk doa, dukungan dan kasih yang diberikan.
3. Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A., selaku dosen pembimbing yang bersedia selalu untuk memberikan bimbingan, masukan, dan saran untuk pengerjaan penelitian dari awal hingga dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
4. Teman-teman seperjuangan selama kuliah khususnya untuk Mario dan Vito yang sudah menjadi teman untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis sudah berusaha secara maksimal dan menyadari akan keterbatasan penulis pada tugas akhir skripsi ini. Oleh karena itu, terdapat masukan dan kritik yang membangun sangat diharapkan agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi kita semua.

Benediktus Adi Kurniawan

No. Mhs: 06859 / KOM

Pengaruh Terpaan Iklan Lazada “Pengiriman Cepat dan Gratis Ongkir Hanya di Lazada!” Pada Platform Youtube Terhadap Minat Menggunakan Promo Lazada

ABSTRAK

Pada setiap perusahaan atau *startup* harus memiliki tujuan yaitu mendapatkan keuntungan atau profit dengan melakukan transaksi barang atau jasa yang ditawarkan agar dapat memenuhi kebutuhan khalayak, yaitu dengan cara memasarkan produk atau jasa dengan menggunakan iklan sebagai salah satu media komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen. Lazada membuat strategi yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait promo jasa yang dapat digunakan oleh khalayak yang akan melakukan pembelian secara *online* di Lazada berupa pengiriman cepat dan gratis ongkos kirim. Media iklan yang digunakan oleh Lazada salah satunya menggunakan media sosial youtube. Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis pengaruh terpaan iklan Lazada terhadap minat menggunakan promo Lazada pengiriman cepat dan gratis *ongkir*.

Penelitian yang dilakukan diisi oleh responden dari khalayak yang menonton iklan Lazada pada platform *youtube*. Dalam mengukur terpaan iklan peneliti menggunakan indikator frekuensi, durasi, dan intensitas. Sedangkan pada minat menggunakan indikator minat transaksi, minat eksploratif, minat referensial, dan minat preferensial. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif. Sedangkan untuk metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dengan melakukan penyebaran kuesioner dan mendapatkan sampel sebanyak 126 responden. Pada hasil temuan yang didapatkan, bahwa terpaan iklan berpengaruh sebesar 50.2% terhadap minat menggunakan promo, dan sisanya tidak diketahui atau tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

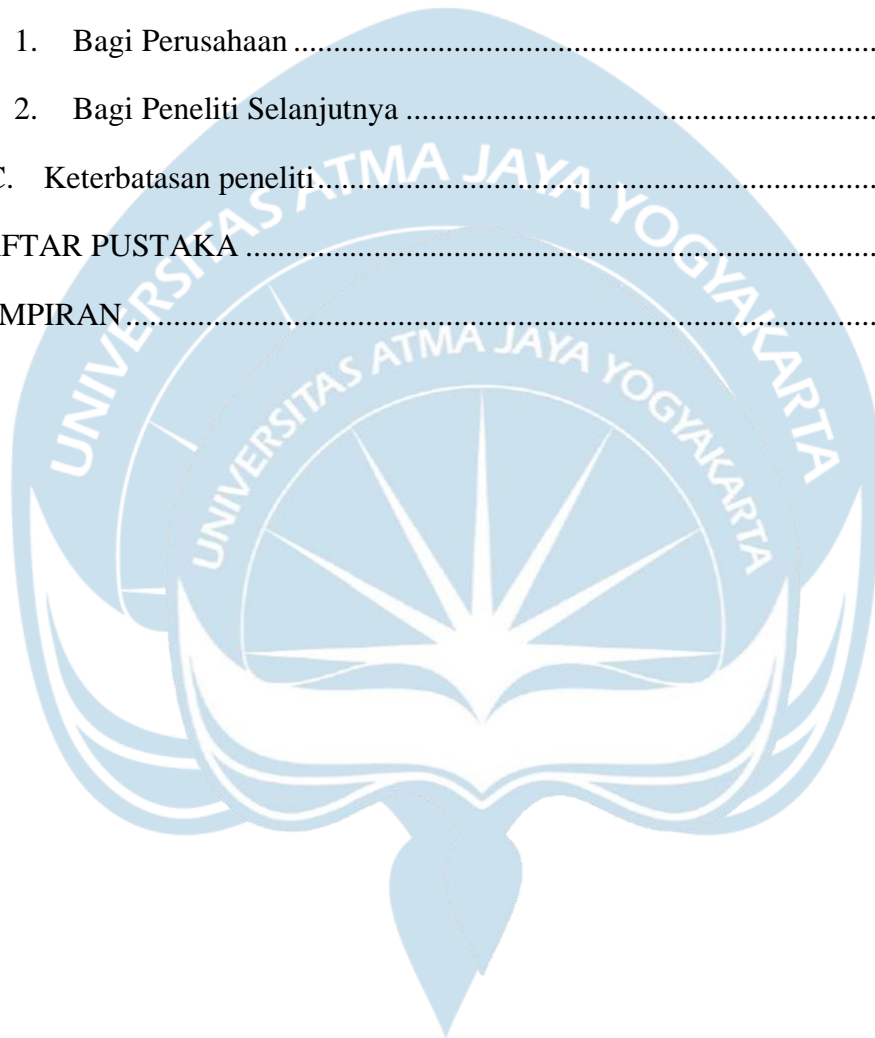
Kata Kunci: Terpaan Iklan, Minat Menggunakan, Lazada

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SRKIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABASTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Praktis.....	6
2. Manfaat Akademis.....	7
E. Kerangka Teori.....	7
1. Iklan.....	7
2. Terpaan Iklan.....	8
3. Media Sosial	10
4. Minat Menggunakan.....	11
F. Definisi Konsep.....	12
1. Terpaan Iklan	13

3. Minat Menggunakan.....	13
4. Hipotesis.....	14
5. Definisi Operasional.....	15
G. Metodologi Penelitian.....	17
1. Jenis dan Metode Penelitian.....	17
2. Populasi dan Sampel.....	17
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	18
4. Teknik Pengumpulan Data.....	19
5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	20
6. Metode Analisis Data.....	21
BAB II DESKRIPSI DAN OBJEK PENELITIAN.....	24
A. Profil Lazada Indonesia.....	24
1. Lazada Group.....	24
2. Produk dan Layanan Lazada.....	26
B. Video Promosi “Pengiriman Cepat & Gratis Ongkir Hanya di Lazada!”...29	
BAB III TEMUAN DAN ANALISA DATA.....	31
A. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
1. Uji Validitas.....	31
2. Uji Reliabilitas.....	32
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	33
1. Terpaan Iklan.....	33
2. Minat menggunakan.....	39
C. Analisis Data.....	46
1. Uji Korelasi.....	46
2. Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov.....	47
3. Uji Linearitas.....	48

4. Uji Regresi Linear sederhana	49
D. Pembahasan.....	52
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	56
1. Bagi Perusahaan	57
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	57
C. Keterbatasan peneliti.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indikator Variabel dan Skala	15
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel (X & Y).....	31
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas variabel X	32
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	32
Tabel 3. 4 Indikator Frekuensi 1	33
Tabel 3. 5 Indikator Frekuensi 2	34
Tabel 3. 6 Indikator Durasi 1.....	35
Tabel 3. 7 Indikator Durasi 2.....	36
Tabel 3. 8 Indikator Intensitas 1	37
Tabel 3. 9 Indikator Intensitas 2.....	38
Tabel 3. 10 Indikator Minat Transaksional	39
Tabel 3. 11 Indikator Minat Eksploratif.....	40
Tabel 3. 12 Indikator Minat Referensial	42
Tabel 3. 13 Indikator Minat Preferensial 1.....	43
Tabel 3. 14 Indikator Minat Preferensial 2.....	44
Tabel 3. 15 Indikator Minat Preferensial 3.....	45
Tabel 3. 16 Tabel Uji Korelasi	46
Tabel 3. 17 Uji Normalitas	47
Tabel 3. 18 Uji Linearitas.....	48
Tabel 3. 19 Tabel Summary.....	49
Tabel 3. 20 Tabel Anova.....	50
Tabel 3. 21 Tabel Coefficients.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Lazada.....	24
Gambar 2. 2 Layanan LazzMall.....	27
Gambar 2. 3 Layanan Lazada Marketplace.....	28
Gambar 2. 4 Layanan Lazada Cross-Border.....	29
Gambar 2. 5 Video Promosi Lazada.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Data Responden	63
Lampiran 2 Kuesioner Pertanyaan	64
Lampiran 3 Google Form.....	67
Lampiran 4 Hasil Sebaran Kuesioner	71
Lampiran 5 Uji Validitas	75
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	75
Lampiran 7 Uji Korelasi.....	76
Lampiran 8 Uji Normalitas.....	76
Lampiran 9 Uji Linearitas	77
Lampiran 10 Uji Regresi Linear Sederhana.....	77

