

**Efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect Berdasarkan  
Perhitungan Customer Response Index (CRI)  
(Pengukuran Efektivitas Pesan pada Karyawan Pabrik  
dan Pusat Distribusi Danone AQUA)**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**CINTHIA NANA BUDIANTO**

**170906323**

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

**2024**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

**Efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect Berdasarkan Perhitungan  
Customer Response Index (CRI) (Pengukuran Efektivitas Pesan pada Karyawan  
Pabrik dan Pusat Distribusi Danone AQUA)**

SKRIPSI

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

disusun oleh:

CINTHIA NANA BUDIANTO

170906323

disetujui oleh:



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A

Dosen Pembimbing

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

2024

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index (CRI) (Pengukuran Efektivitas Pesan pada Karyawan Pabrik dan Pusat Distribusi Danone AQUA)

Penyusun : Cinthia Nana Budianto

NPM : 170906323

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 12 Januari 2024

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

**Dr. G. Arum Yudarwati, SIP., M. Mktg.Comm.**

Penguji Utama

**Rangabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A**

Penguji I

**Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.**

Penguji II

**Irene Santika Vidiadari, M.A**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cinthia Nana Budianto  
NPM : 170906323  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index (CRI) (Pengukuran Efektivitas Pesan pada Karyawan Pabrik dan Pusat Distribusi Danone AQUA)

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, 11 Desember 2023

Saya yang menyatakan,



Cinthia Nana Budianto

**Efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect Berdasarkan  
Perhitungan Customer Response Index (CRI)**  
(Pengukuran Efektivitas Pesan pada Karyawan Pabrik  
dan Pusat Distribusi Danone AQUA)

**ABSTRAK**

Akhir tahun 2019 yang lalu terdapat virus yang muncul bernama COVID-19 yang dinyatakan sebagai pandemi oleh WHO pada tahun 2020 karena penyebarannya yang sangat cepat (World Health Organization, 2020). Penyebaran virus ini melalui kluster-kluster dan salah satu kluster penyebaran COVID-19 adalah tempat bekerja seperti kantor dan pabrik. Danone AQUA, yaitu perusahaan yang memproduksi air mineral dengan merek AQUA memiliki karyawan hingga 11.739 orang yang tersebar di seluruh Indonesia (Danone AQUA, 2020). Maka itu, Danone AQUA perlu menjalankan upaya-upaya pencegahan COVID-19 dengan baik karena merupakan kluster yang luas. Danone AQUA memiliki program-program kesehatan yang ditujukan bagi karyawannya. Salah satu programnya adalah Viral Clip #2 Protocol to Protect yang merupakan pembelajaran virtual terkait COVID-19. *Viral clip* ini tentu perlu diteliti efektivitasnya mengingat virus ini sangat berbahaya.

Penelitian yang berjenis kuantitatif evaluatif ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect berdasar perhitungan Customer Response Index (CRI). Teknik pengumpulan datanya adalah metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 102 responden yang merupakan karyawan di pabrik dan pusat distribusi Danone AQUA karena mereka perlu bekerja langsung dari lokasi kerja sehingga perlu lebih melaksanakan protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran COVID-19. Dalam pengolahan data, penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistic Version 26 untuk melihat distribusi frekuensi data dari kuesioner yang kemudian akan dijabarkan dengan teknik analisis statistik deskriptif.

Penelitian ini mencari efektivitas *viral clip* tersebut dengan menggunakan perhitungan CRI yang memiliki 5 yaitu *awareness*, *comprehend*, *interest*, *intention*, dan *action*, serta tahap *recognition* yang melihat sejauh mana objek penelitian diingat responden. Hasil yang didapat adalah *viral clip* tersebut sudah efektif dengan skor CRI sebesar 71,4% dan termasuk program kesehatan yang paling diingat oleh responden.

**Kata kunci: Efektivitas Pesan, Customer Response Index, Komunikasi Kesehatan, Pemasaran Sosial**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### Untuk papa,

Suga BTS (alias **Agust D**) pernah bilang dia berharap semua orang bisa punya orang lain yang bisa membantu kita. Terima kasih buat papa (**Agus B**) yang selalu siap nolong aku kapanpun. Skripsi ini menjadi bukti kalo papa nolong aku terus.

### Untuk mama,

Terima kasih buat mama karena selalu peka kapan aku perlu diajak bercanda dan dikasih makanan sehingga aku tetap bahagia kapan pun aku di dekat mama.

### Untuk adik-adik,

Dear adik-adik yang selalu aku mintain materi tentang penelitian, makasih ya!!

Skripsinya sudah selesai nih!!

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan dan penyertaan-Nya sehingga peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang menjadi tugas akhir perkuliahan yang berjudul “Efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index (CRI): (Pengukuran Efektivitas Pesan pada Karyawan Pabrik dan Pusat Distribusi Danone AQUA)” ini.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Peneliti telah berusaha dengan maksimal untuk menyelesaikan skripsi ini, dan bersama ini juga, peneliti menyampaikan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah menguatkan dan memberi penyertaan-Nya kepada peneliti sehingga proses pengerjaan skripsi ini menjadi lebih lancar dari awal hingga akhir.
2. Kedua orang tua peneliti yang selalu mendoakan dan memberi dukungan sehingga peneliti menjadi lebih semangat dan dipermudah dalam pengerjaan skripsi ini.
3. Bapak Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A (dosen pembimbing skripsi ini) yang telah memberikan saran, arahan, dan semangat dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan.



4. Kedua adik peneliti yang juga mendapatkan mata kuliah dan pelajaran mengenai penelitian di kampus dan sekolahnya sehingga dapat selalu terbuka untuk berdiskusi tentang bagaimana penelitian harus dijalankan.
5. Pihak Danone AQUA: Divisi Operations HRBP Danone AQUA yang mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian ini di pabrik dan pusat distribusi Danone AQUA, divisi Operations Excellence yang membantu peneliti untuk menyebarkan kuesioner ini kepada responden yang dibutuhkan.
6. Teman (Maarel) yang selalu memberikan semangat ketika peneliti merasa bosan, serta bantuan terkait administrasi skripsi.
7. Seluruh responden karena bersedia untuk membantu jalannya penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang disebar.

Malang, 11 Desember 2023

Peneliti



Cinthia Nana Budianto



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	15
C. TUJUAN PENELITIAN.....	15
D. MANFAAT PENELITIAN.....	15
1.    Manfaat Teoritis.....	15
2.    Manfaat Praktis.....	16
E. KERANGKA TEORI.....	16
1.    Komunikasi Kesehatan.....	16
2.    Pemasaran Sosial di Bidang Kesehatan.....	19
F. KERANGKA KONSEP.....	23
1.    Respons Audiens.....	23
2.    AIDA.....	24
3.    Customer Response Index (CRI).....	26
G. Hubungan Antar Variabel.....	28
H. DEFINISI OPERASIONAL.....	32

I. METODOLOGI.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Pendekatan Penelitian .....	34
3. Teknik Pengumpulan Data.....	34
4. Objek Penelitian .....	35
5. Populasi .....	35
6. Sampel.....	35
7. Teknik Sampling .....	36
8. Jenis Data .....	37
9. Metode Pengukuran.....	38
10. Metode Analisis Data.....	38
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	40
A. Danone AQUA.....	40
B. Healthitude.....	47
C. Viral Clip #2 Protocol to Protect.....	49
D. Karyawan di Pabrik dan Pusat Distribusi Danone AQUA .....	52
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
A. Hasil Temuan Penelitian .....	54
a. Asal Pabrik/Pusat Distribusi Responden.....	55
b. Perhitungan CRI.....	58
1. <i>Recognition</i> .....	58
2. <i>Awareness</i> .....	63
3. <i>Comprehend</i> .....	68
4. <i>Interest</i> .....	71
5. <i>Intention</i> .....	73
6. <i>Action</i> .....	75
B. Hasil Analisis .....	77
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	90
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	93

1. Saran Teoritis .....	93
2. Saran Praktis.....	93
C. Keterbatasan Penelitian.....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN.....	100



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Iman dalam Viral Clip #2 Protocol to Protect .....	6
Gambar 1.2	Imun dalam Viral Clip #2 Protocol to Protect.....	6
Gambar 1.3	Aman dalam Viral Clip #2 Protocol to Protect 1 .....	6
Gambar 1.4	Aman dalam Viral Clip #2 Protocol to Protect 2 .....	7
Gambar 1.5	Response Hierarchy Models - AIDA (sumber: Kotler & Keller, 2012, h. 481).....	25
Gambar 1.6	Model CRI. (sumber: Aiwan, 2013, h. 302).....	27
Gambar 1.7	Cara Mendapat Angka CRI. (sumber: Aiwan, 2013, h. 302)...	28
Gambar 1.8	Bagan Hubungan Variabel. (sumber: olahan peneliti) .....	31
Gambar 2.1	B Corp yang merupakan tujuan besar Danone AQUA (sumber: dokumen Danone AQUA).....	41
Gambar 2.2	Logo Danone (sumber: dokumen Danone AQUA).....	42
Gambar 2.3	Logo AQUA (sumber: dokumen Danone AQUA).....	42
Gambar 2.4	Logo B Corp (sumber: Rote, 2017).....	46
Gambar 2.5	Logo Healthitude (sumber: dokumen Danone AQUA).....	47
Gambar 2.6	Jotform Viral Clip #2 Protocol to Protect.....	51
Gambar 2.7	Isi video Viral Clip #2 Protocol to Protect .....	51
Gambar 3.1	Cara Mendapat Angka CRI. (sumber: Aiwan, 2013, h. 302)...	85
Gambar 3.2	Hasil Persentase CRI dalam Penelitian Ini (sumber: Olahan Peneliti).....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Protokol Kesehatan dalam Viral Clip #2 Protocol to Protect...	7
Tabel 1.2	Definisi Operasional. (sumber: olahan peneliti).....	33
Tabel 3.1	Jumlah Responden dan Asal Pabrik/Pusat Distribusinya (sumber: Olahan SPSS Peneliti).....	56
Tabel 3.2	Viral Clip (dan program lain) dari Healthitude yang Paling Diingat Responden .....	60
Tabel 3.3	Urutan Program yang Paling Banyak Disebutkan Responden (sumber: Olahan Peneliti).....	60
Tabel 3.4	Viral Clip (dan program lain) Lainnya dari Healthitude yang Paling Diingat .....	62
Tabel 3.5	Urutan Program Lain yang Paling Banyak Disebutkan (sumber: Olahan Peneliti).....	63
Tabel 3.6	Frekuensi Tahap Awareness - pertanyaan dengan gambar .....	64
Tabel 3.7	Frekuensi Tahap Unaware - pertanyaan dengan gambar .....	65
Tabel 3.8	Frekuensi Tahap Awareness - pertanyaan langsung (sumber: Olahan SPSS Peneliti).....	66
Tabel 3.9	Frekuensi Tahap Unaware - pertanyaan langsung (sumber: Olahan SPSS Peneliti).....	67
Tabel 3.10	Frekuensi Tahap Comprehend (sumber: Olahan SPSS Peneliti).....	68
Tabel 3.11	Frekuensi Alasan Menjawab ‘ya’ di Tahap Comprehend (sumber: Olahan Peneliti).....	69
Tabel 3.12	Frekuensi Alasan Lainnya Menjawab ‘ya’ di Tahap Comprehend .....	70
Tabel 3.13	Frekuensi Tahap No Comprehend (sumber: Olahan SPSS Peneliti).....	70

Tabel 3.14	Frekuensi Tahap Interest (sumber: Olahan SPSS Peneliti) .....	71
Tabel 3.15	Frekuensi Alasan Menjawab ‘ya’ di Tahap Interest (sumber: Olahan Peneliti).....	72
Tabel 3.16	Frekuensi Alasan Lainnya Menjawab ‘ya’ di Tahap Interest...	72
Tabel 3.17	Frekuensi Tahap No Interest (sumber: Olahan SPSS Peneliti)	73
Tabel 3.18	Frekuensi Alasan Lainnya di Tahap No Interest (sumber: Olahan Peneliti).....	73
Tabel 3.19	Frekuensi Tahap Intention (sumber: Olahan SPSS Peneliti)....	73
Tabel 3.20	Frekuensi Alasan Menjawab ‘ya’ di Tahap Intention (sumber: Olahan Peneliti).....	74
Tabel 3.21	Frekuensi Tahap Action (sumber: Olahan SPSS Peneliti) .....	75
Tabel 3.22	Frekuensi Alasan Menjawab ‘ya’ di Tahap Action (sumber: Olahan Peneliti).....	76
Tabel 3.23	Frekuensi Alasan Lainnya Menjawab ‘ya’ di Tahap Action....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tangkapan Layar Jotform Viral Clip #2 Protocol to Protect ...	103
Lampiran 2	Tangkapan Layar Video Viral Clip #2 Protocol to Protect .....	112
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi Tahap CRI Sesuai Kuesioner .....	116
Lampiran 4	Tampilan Kuesioner .....	122
Lampiran 5	Pertanyaan Kuesioner .....	126
Lampiran 6	Aturan CRI di Kuesioner .....	133
Lampiran 7	Hasil Turnitin .....	134
Lampiran 8	Caption Pesan Penyebaran Kuesioner .....	135
Lampiran 9	Pesan dari Responden .....	137