

**PENGARUH TERPAAN IKLAN TVC TERHADAP TINGKAT MOTIVASI
PEMBELIAN**

**(Studi eksplanatif tentang pengaruh terpaan Iklan TVC Hydro Coco versi
“Syamsir Alam” terhadap tingkat motivasi pembelian produk Hydro Coco di
kalangan *member* JCI (Juventus Club Indonesia) *chapter* Yogyakarta)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Dani Surya Wijaya

07 09 03267 / KOM

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

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH TERPAAN IKLAN TVC TERHADAP TINGKAT MOTIVASI PEMBELIAN

**(Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Terpaan Iklan TVC Hydro Coco Versi
“Syamsir Alam” terhadap Tingkat Motivasi Pembelian Produk Hydro Coco
di Kalangan *Member JCI* (Juventus Club Indonesia) *Chapter* Yogyakarta)**

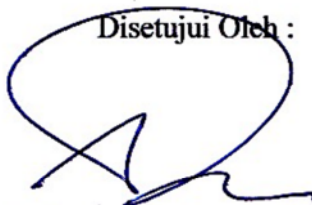
Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh :

DANI SURYA WIJAYA

07 09 03267

Disetujui Oleh :



Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : “PENGARUH TERPAAN IKLAN TVC TERHADAP
TINGKAT MOTIVASI PEMBELIAN” (Studi Eksplanatif
tentang Pengaruh Terpaan Iklan TVC Hydro Coco Versi
“Syamsir Alam” terhadap Tingkat Motivasi Pembelian Produk
Hydro Coco di Kalangan *Member* JCI (Juventus Club
Indonesia) *Chapter* Yogyakarta)

Penyusun : Dani Surya Wijaya

NIM : 07 09 03267

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi dihadapan
dosen penguji yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Jumat, 25 Oktober 2013

Pukul : 16.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Penguji 1

Desideria Cempaka WM., MA

Penguji 2



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dani Surya Wijaya

Nomor Mahasiswa : 07 09 03267

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pengaruh Terpaan Iklan TVC Terhadap Tingkat Motivasi Pembelian (Studi eksplanatif tentang pengaruh terpaan iklan TVC Hydro Coco versi “Syamsir Alam” terhadap tingkat motivasi pembelian produk Hydro Coco di kalangan *member* JCI (Juventus Club Indonesia) *chapter* Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Tugas akhir ini bukan merupakan plagiatisme, pencurian hasil karya orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, atau segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik. Bila 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/kesarjanaan.

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

Yogyakarta, 11 November 2013

Saya yang menyatakan

Dani Surya Wijaya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam proses penyusunannya, penulis benar-benar belajar dalam memahami masalah-masalah penelitian hingga akhirnya skripsi ini dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial. Sebagai sebuah harapan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang ingin menjadikannya sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sulit untuk terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan kontribusinya, baik material maupun spiritual khususnya kepada :

1. Tuhanku Yesus Kristus untuk penyertaan dan perlindungan-Nya sepanjang hidupku. Terima kasih untuk semua berkat dan anugerah yang sungguh luar biasa dilimpahkan dalam kehidupanku dan senantiasa menuntun setiap langkahku. *Thank You my Lord*
2. Bapak dan ibuku tercinta (Drs. Wiyono dan Yetti Sudiyati) dan keluarga besar Soediyono atas segala dukungan moral dan material; terlebih untuk kasih sayang, perhatian, kesabaran dan doa untukku.
3. Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA. Selaku dosen pembimbing yang bersedia menyediakan waktunya untuk membimbing, memberikan

petunjuk-petunjuk, acuan dan dengan sabar membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih Pak Bambang...Tuhan memberkati.

4. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. selaku dosen penguji utama dan ibu Desideria Cempaka WM.,MA selaku dosen penguji II atas saran dan perbaikan skripsi penulis.
5. Seluruh anggota JCI (Juventus Club Indonesia) chapter Jogja baik yang member/non member. Terima kasih untuk dukungan kalian semua teman. Fino Alla Fine Forza Juventus.
6. Teman-teman seperjuangan angkatan 2007 : Irma, Dina, Siska, Alfren, Ajik, Ricky, Stevi oley, Adi Cuki, Dika, Dimas, Judo, Aga, Barama, Ganjar sukses buat kalian semua.
7. Teman-teman kompa GKJ Klaten, terima kasih banyak untuk segala bentuk dukungan dan doanya, Tuhan memberkati.
8. Cysta, Antin, Berta, terima kasih untuk dukungan dan doanya.
9. Tim keplek : Dika, Stefi Rona, Jantet, Agus Owk, Kunto. Terima kasih untuk keceriaan yang telah kalian berikan. Salam cekentulll....
10. Seluruh staff tata usaha yang telah memberikan banyak bantuan dan kemudahan dalam mengurus segala prosedur yang dibutuhkan dalam pembuatan skripsi ini.
11. Seluruh staff perpustakaan UAJY yang telah memberikan banyak bantuan sehingga memudahkan penulis dalam mengerjakan skripsi.

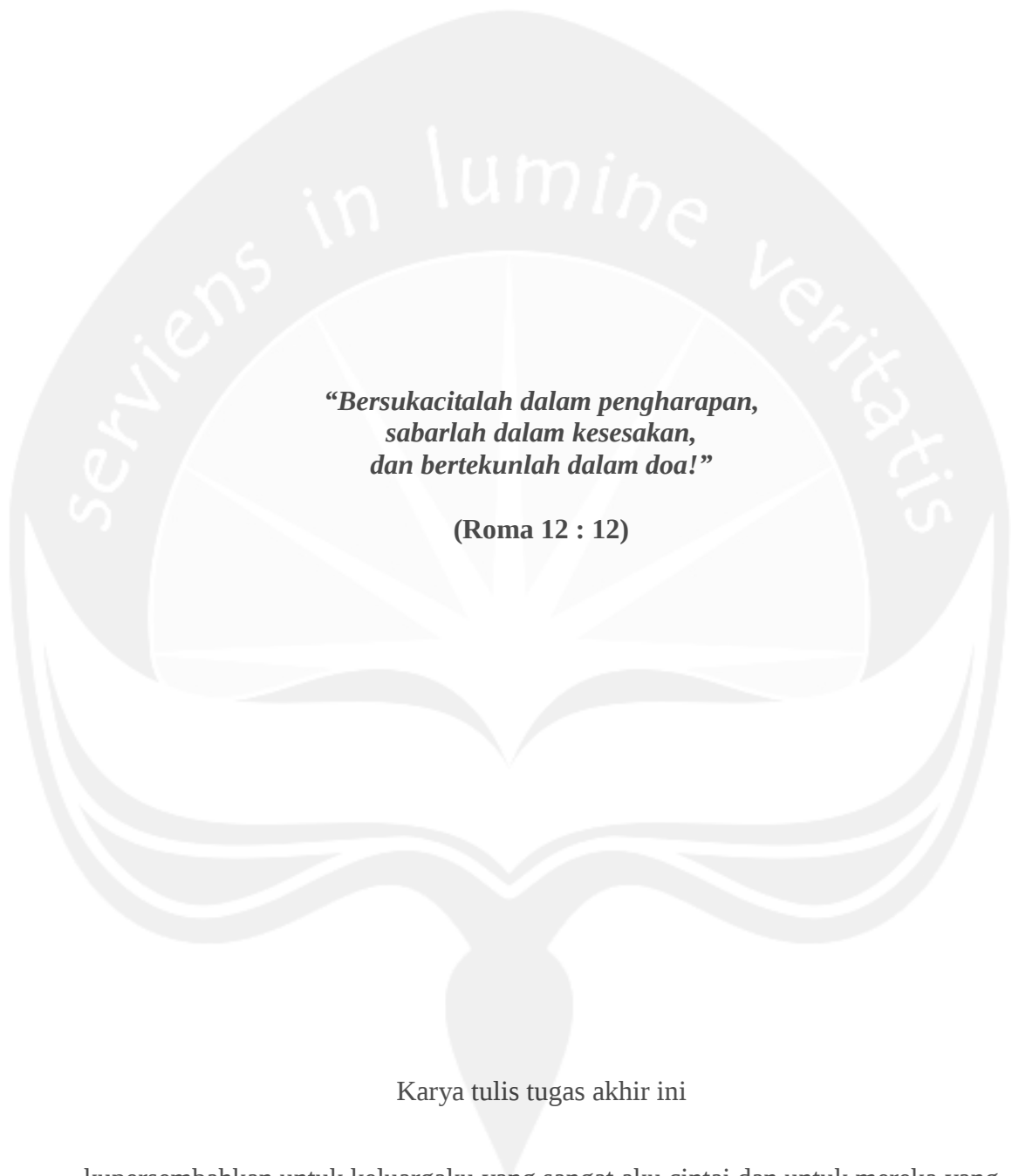
12. Andri ole, aming dan fendy yang telah membantu penulis saat melakukan penelitian di JCI (Juventus Club Indonesia) chapter Jogja
13. GKI Gejayan untuk Garden of Prayer-nya yang sungguh indah.
14. 101 Jak Fm Radio untuk lagu-lagunya yang selalu menemani dalam mengerjakan skripsi.

Terima kasih kepada semua pihak yang belum disebutkan diatas karena tanpa bantuan dan dukungan mereka maka penulis tidak dapat melaksanakan KKL dengan baik. Penulis berharap laporan KKL ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Yogyakarta, 11 November 2013

Dani Surya Wijaya

MOTTO DAN PERSEMBAHAN



***“Bersukacitalah dalam pengharapan,
sabarlah dalam kesesakan,
dan bertekunlah dalam doa!”***

(Roma 12 : 12)

Karya tulis tugas akhir ini

kupersembahkan untuk keluargaku yang sangat aku cintai dan untuk mereka yang
selalu menyebut namaku dalam setiap doa mereka.

God bless you all

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Kata Pengantar	v
Motto dan Persembahan	viii
Daftar isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Bagan	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstraksi	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kerangka Konsep	8

E. Metodologi Penelitian	13
1. Jenis Penelitian	13
2. Metode Penelitian	13
3. Objek Penelitian	13
4. Tempat Penelitian	14
5. Populasi dan Sampel	14
6. Metode Pengumpulan Data	16
7. Metode Pengukuran Data	16
8. Metode Pengujian Instrumen	17
9. Analisis Data	19

BAB II : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	24
1. Pengujian Validitas	24
2. Pengujian Reliabilitas	26
B. Deskriptif Variabel Penelitian	27
1. Terpaan iklan TVC minuman isotonik Hydro Coco versi “Syamsir Alam”	27
2. Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen	34
3. Tingkat Motivasi Pembelian	40
C. Analisis Regresi Linier Sederhana	46
1. Pengaruh Terpaan iklan TVC (X) terhadap Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen (m)	46

2. Pengaruh Tingkat Pengetahuan Respon pada Iklan (m) terhadap Tingkat Motivasi Pembelian (Y)	51
3. Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan (X) terhadap Tingkat Motivasi Pembelian (Y)	56
D. Pembahasan dan Intepretasi Data	61
1. Terpaan Iklan TVC terhadap Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen pada Iklan	61
2. Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen pada Iklan terhadap Tingkat Motivasi Pembelian pada Iklan	65
3. Terpaan Iklan TVC terhadap Tingkat Motivasi Pembelian pada Iklan	66

BAB III : PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran	72
1. Saran Akademis	72
2. Saran Praktis	72

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.0 Top Brand Index Minuman Isotonik 2013	3
Tabel 1.1 Uji Validitas Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen	24
Tabel 1.2 Uji Validitas Motivasi Pembelian.....	25
Tabel 1.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	26
Tabel 1.4 Menonton Iklan Hydro Coco dalam Satu Minggu.....	28
Tabel 1.5 Frekuensi Menonton Iklan Hydro Coco dalam Satu Minggu.....	29
Tabel 1.6 Menonton Iklan Hydro Coco dari Awal Hingga Akhir.....	30
Tabel 1.7 Saat Menonton Iklan Hydro Coco Juga Melakukan Aktivitas Lain....	31
Tabel 1.8 Syamsir Alam adalah Seorang Figure Ternama.....	32
Tabel 1.9 Terpaan Iklan TVC.....	34
Tabel 2.0 Persentase Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen Aspek Kognitif..	35
Tabel 2.1 Persentase Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen Aspek Afektif....	37
Tabel 2.2 Persentase Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen Aspek Konatif...	38
Tabel 2.3 Tingkat Pengetahuan Pada Iklan.....	40
Tabel 2.4 Persentase Motivasi Pembelian Aspek Kebutuhan Sosial.....	41
Tabel 2.5 Persentase Motivasi Pembelian Aspek Kebutuhan Penghargaan.....	43
Tabel 2.6 Motivasi Pembelian.....	46
Tabel 2.7 Tabel Summary.....	47
Tabel 2.8 Tabel Koefisien.....	47
Tabel 2.9 Tabel ANOVA.....	47
Tabel 3.0 Tabel Summary.....	52
Tabel 3.1 Tabel ANOVA.....	52

Tabel 3.2 Tabel Koefisien.....	52
Tabel 3.3 Tabel Summary.....	57
Tabel 3.4 Tabel ANOVA.....	57
Tabel 3.5 Tabel Koefisien.....	57



DAFTAR GAMBAR

Diagram 0.1 Pangsa Pasar Minuman Ringan di Indonesia Tahun 2011..... 2



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.0 Skema Hubungan Antar Variabel.....	9
--	---



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil-hasil Olah Data

Lampiran 3 Iklan TVC Minuman Isotonik Hydro Coco Versi “Syamsir Alam”



ABSTRAKSI

Saat ini perusahaan atau produsen berkembang semakin pesat, hal ini menimbulkan persaingan antar produsen. Persaingan bisnis yang terjadi saat ini, banyak produsen atau suatu perusahaan yang menawarkan produk yang sama tapi dengan beraneka macam jenis manfaat yang berbeda dan tentunya yang dibutuhkan oleh para konsumen. Persaingan bisnis ini juga terjadi pada produk minuman isotonik. Berbagai macam merek minuman isotonik beredar dipasaran dengan menawarkan beraneka jenis, inovasi, manfaat dan variannya.

Oleh karena itu sebuah perusahaan produk atau jasa membutuhkan suatu kegiatan komunikasi pemasaran untuk mengenalkan produk atau jasanya kepada khalayak untuk meningkatkan penjualan. Salah satu kegiatan pemasaran tersebut adalah periklanan. Periklanan bisa dilakukan melalui berbagai media salah satunya adalah media televisi. Banyak perusahaan yang menggunakan media televisi untuk melakukan promosi dan memberikan informasi mengenai produknya. Media televisi memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan media lain, televisi dipandang sebagai media yang paling cepat dan efektif untuk menyampaikan pesan-pesan yang komersial karena televisi mempunyai kelebihan yang dapat mempengaruhi masyarakat. Sehingga penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh terpaan iklan TVC minuman isotonik terhadap motivasi pembelian.

Variabel dalam penelitian ini adalah Terpaan Iklan TVC (X), Tingkat Pengetahuan Respon Konsumen (m) dan Tingkat Motivasi Pembelian (Y₀). Jenis penelitian ini adalah eksplanatif kuantitatif dengan metode survey. Alat pengumpulan data yang utama adalah kuesioner. Populasinya yaitu anggota JCI (Juventus Club Indonesia) Chapter Yogyakarta dengan jumlah 238 orang. Teknik pengambilan sampel dengan cara *Simple Random Sampling*, dalam metode pengujian instrument dengan menggunakan validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan uji asumsi klasik dengan uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier sederhana terpaan iklan mempunyai pengaruh terhadap tingkat motivasi pembelian. Berdasarkan uji F dan uji t, dapat diketahui bahwa antara variabel terpaan iklan TVC mempengaruhi variabel tingkat pengetahuan respon konsumen pada iklan, variabel tingkat pengetahuan respon konsumen pada iklan mempengaruhi variabel tingkat motivasi pembelian dan variabel terpaan iklan TVC mempengaruhi variabel tingkat motivasi pembelian.

Peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk lebih menambah frekuensi tayangan pada iklannya, agar masyarakat semakin yakin terhadap produk yang diiklankan, sehingga dalam mempromosikan suatu produk akan mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Kemudian untuk penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk lebih lagi meneliti tentang variabel terpaan iklan dengan indikator frekuensi dan intensitas menonton karena variabel tersebut menarik untuk diteliti dan dapat mengungkap atau mendeskripsikan hasil kesimpulan yang ditemukan di lapangan, namun harus menggunakan jenis iklan lainnya dan tentunya harus berdasarkan dengan teori-teori yang ada, agar hasil kesimpulan

dalam penelitian ini lebih baik lagi sehingga diharapkan mampu memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan, serta bahan acuan bagi mahasiswa maupun mahasiswi Ilmu Komunikasi.

Kata kunci : Terpaan iklan TVC, tingkat pengetahuan respon konsumen pada iklan dan tingkat motivasi pembelian.

