

EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI KARTU SELULER

**(Studi Efektivitas Iklan Televisi Kartu As Versi Ganteng Level 10,
AXIS Versi Tali Persahabatan, XL Versi Noah Band
Menggunakan Metode EPIC Model di Kalangan Mahasiswa
Fakultas Teknologi Informasi Angkatan 2012 Universitas Kristen
Satya Wacana Salatiga)**



SKRIPSI

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

JELOT WISANG IRBAVO

06 09 03021 / KOM

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

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI KARTU SELULER

**(Studi Efektivitas Iklan Televisi Kartu As Versi Ganteng Level 10, AXIS
Versi Tali Persahabatan, XL Versi Noah Band Menggunakan Metode EPIC
Model di Kalangan Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Angkatan 2012
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga)**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Jelot Wisang Irbavo

06 09 03121

Disetujui Oleh:

F.Anita Herawati, SIP, M.Si

Dosen Pembimbing

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

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : "EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI KARTU SELULER
(Studi Efektivitas Iklan Televisi Kartu As Versi Ganteng Level
10, AXIS Versi Tali Persahabatan, XL Versi Noah Band
Menggunakan Metode EPIC Model di Kalangan Mahasiswa
Fakultas Teknologi Informasi Angkatan 2012 Universitas
Kristen Satya Wacana Salatiga)

Penyusun : Jelot Wisang Irbavo
NIM : 06 09 03121

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi Yang diselenggarakan
pada:

Hari/Tanggal : Kamis / 15 Agustus 2013
Pukul : 14.00
Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY Lantai 2

TIM PENGUJI

Drs. Ign Agus Putranto, M.Si
Penguji Utama

F.Anita Herawati, SIP, M.Si
Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, M.A
Penguji II



FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SURAT PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jelot Wisang Irbavo

No. Mahasiswa : 06 09 03121

Judul Karya Tulis : **Pengukuran Efektivitas Iklan Televisi Kartu Seluler (Pengukuran Efektivitas Iklan Televisi Kartu As Versi Ganteng Level 10, AXIS Versi Tali Persahabatan, XL Versi Noah Band Dengan Menggunakan Metode EPIC Model di Kalangan Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Angkatan 2012 Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga)**

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

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila di 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 ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik institusi ini.

Yogyakarta, 28 Agustus 2013

Saya yang menyatakan,



Jelot wisang irbavo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat serta kehendak-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan para pihak yang terkait, oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kelancaran dan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu F. Anita Herawati, SIP, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan sabar membimbing serta memberikan masukan mulai dari penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini.
3. Kedua orang tua, kakak saya Mbak Jacqueline dan Mas Icu. Terimakasih atas dukungannya.
4. Dan bagi seseorang yang beberapa bulan terakhir memberikan saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih.
5. Teman-teman semua, karena kalian saya bisa. Terima kasih.

Karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis, maka penulis menyadari bahwa karya tulis tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga karya tulis tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

ABSTRAK

PENGUKURAN EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI KARTU SELULER

(Pengukuran Efektivitas Iklan Televisi Kartu As Versi Ganteng Level 10, AXIS Versi Tali Persahabatan, XL Versi Noah Band Dengan Menggunakan Metode EPIC Model di Kalangan Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Angkatan 2012 Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga)

Promosi bertujuan untuk mengenalkan pada khalayak tentang eksistensi suatu produk. Iklan adalah salah satu cara yang efektif dalam kegiatan ini. Data yang dikeluarkan oleh Indonesia Finance Today menunjukkan bahwa 10 besar pengiklan di Indonesia banyak didominasi oleh provider telekomunikasi. XL, AXIS, dan Kartu As merupakan pengiklan terbesar kuartal III 2011 di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas iklan televisi kartu As, AXIS, dan XL yang merupakan *provider* telekomunikasi di Indonesia dengan belanja iklan terbesar. Efektivitas iklan diukur dengan menggunakan EPIC model yang mencakup empat dimensi, yaitu: *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif tipe deskriptif dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2012 Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) Salatiga yang masih aktif berjumlah 678 mahasiswa. Sampel berjumlah 88 orang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa UKSW Salatiga Fakultas Teknologi Informasi Angkatan 2012 yang masih aktif kuliah dan sudah pernah melihat iklan televisi kartu As versi Ganteng Level 10, AXIS versi Tali Persahabatan, dan XL versi Noah Band. Metode analisa data yang digunakan adalah dengan menggunakan skala Likert dengan rentang skala penelitian sangat tidak efektif, tidak efektif, cukup efektif, efektif, sampai dengan sangat efektif.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa iklan kartu As mendapatkan skor 3.1193 (*Emphaty*), 3.0777 (*Persuasion*), 3.5773 (*Impact*), 3.3682 (*Communication*). Iklan AXIS memperoleh skor 3.1108 (*Emphaty*), 2.8201 (*Persuasion*), 3.2227 (*Impact*) 3.1659. Iklan XL diperoleh skor 3.864 (*Emphaty*), 2.9754 (*Persuasion*), 3.3341 (*Impact*), 3.2273 (*Communication*). Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa hampir di semua dimensi ketiga iklan tersebut menunjukkan bahwa iklan tersebut masuk skala cukup efektif, hanya untuk dimensi *Impact* kartu As lebih menonjol dibanding dengan iklan AXIS maupun XL dengan nilai 3.5773 yang masuk skala efektif sedangkan iklan AXIS walaupun masih masuk skala cukup efektif namun mendapatkan skor paling rendah di semua dimensi dibanding iklan As maupun XL. Hendaknya kartu As, AXIS, dan XL mampu meningkatkan efektivitas iklannya di tiap dimensi karena ketatnya persaingan yang ada dengan kompetitor lainnya sehingga iklan mereka mampu diterima dengan lebih baik dan ada perhatian yang lebih dari *audience*.

Kata Kunci: efektivitas, kartu seluler, iklan televisi, EPIC model

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
1. <i>Hypodermic Needle Theory</i>	10
2. Periklanan	12
3. Efektivitas Iklan	27
4. EPIC Model	22
F. Kerangka Konsep	39
G. Definisi Operasional	42
H. Metodologi Penelitian	44

1. Metode dan Jenis Penelitian.....	44
2. Lokasi Penelitian	45
3. Objek Penelitian	45
4. Populasi	45
5. Sampel	46
6. Teknik Pengumpulan Data.....	48
7. Validitas dan Reabilitas	48
8. Metode Analisa Data	49
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	53
A. Profil Perusahaan	53
1. Telkomsel dan Kartu As	53
2. AXIS	61
3. XL	67
B. Deskripsi Iklan	72
1. Iklan As	72
2. Iklan AXIS	73
3. Iklan XL	74
C. Deskripsi Lokasi Penelitian	75
BAB III ANALISIS DATA DAN INTERPRETASI	79
A. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	79
1. Uji Validitas	79
2. Uji Reliabilitas	84
B. Temuan Hasil Penelitian	88

1. Data Responden	88
C. Analisis EPIC Model	89
1. Analisis EPIC Model Kartu As	90
2. Analisis EPIC Model Kartu AXIS	98
3. Analisis EPIC Model Kartu XL	107
D. Grafik Hasil Analisa	116
E. Interpretasi Penelitian	118
BAB IV PENUTUP	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran	129
1. Saran Akademis	129
2. Saran Praktis	130

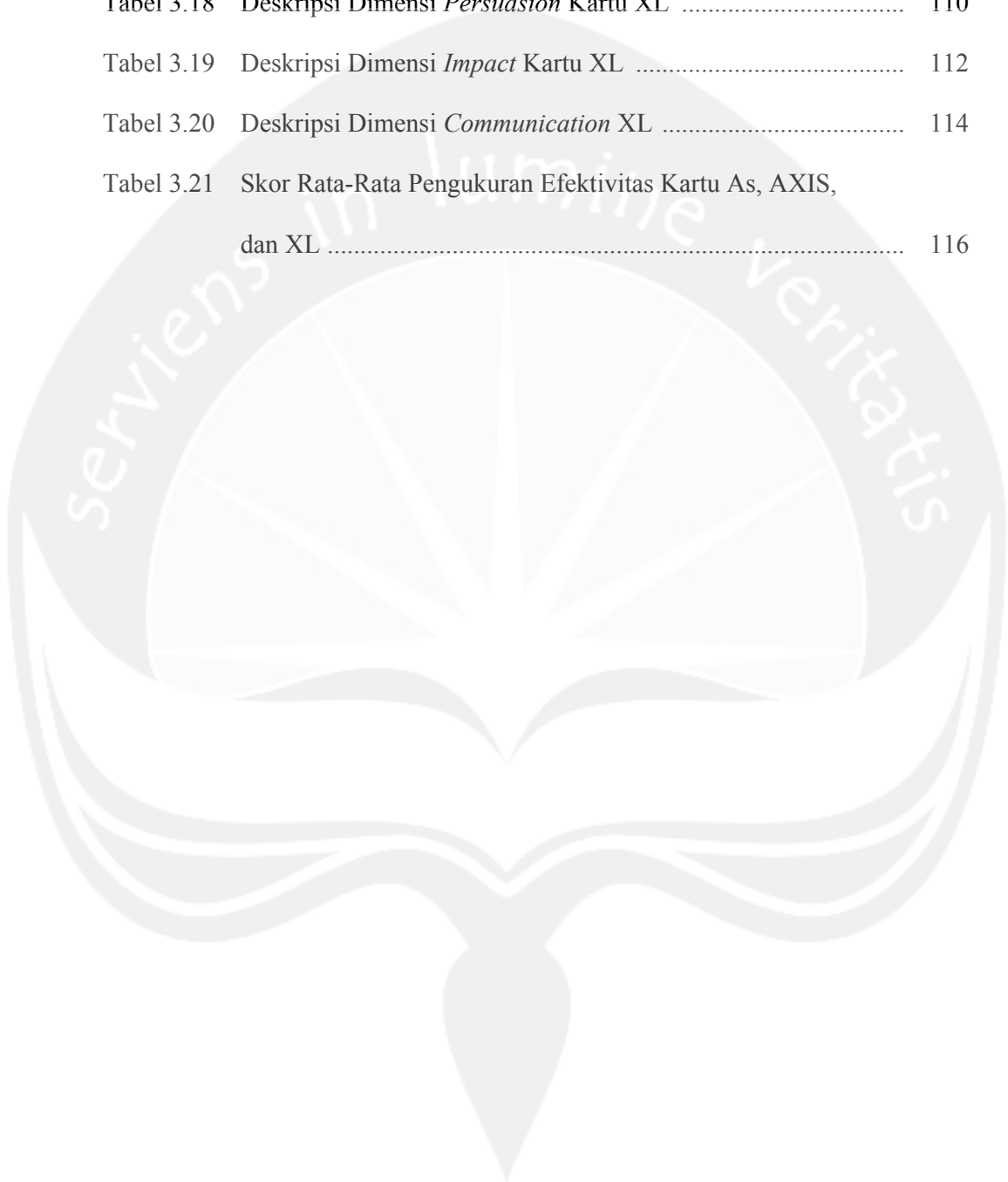
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Total Belanja iKlan di Media Massa 2006-2010	2
Tabel 1.2 Tabel Pengiklan Terbesar Kuartal III 2011 di Indonesia	4
Tabel 1.3 Tabel Rentang Skala	52
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kartu As	81
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kartu AXIS	82
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Kartu XL	83
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Kartu As	85
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Kartu AXIS	86
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Kartu XL	87
Tabel 3.7 Distribusi Responden Berdasarkan Kartu Seluler Yang Digunakan	88
Tabel 3.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pernah Tidaknya Melihat Iklan	89
Tabel 3.9 Deskripsi Dimensi <i>Emphaty</i> Kartu As	91
Tabel 3.10 Deskripsi Dimensi <i>Persuasion</i> Kartu As	93
Tabel 3.11 Deskripsi Dimensi <i>Impact</i> Kartu As	95
Tabel 3.12 Deskripsi Dimensi <i>Communication</i> Kartu As	97
Tabel 3.13 Deskripsi Dimensi <i>Emphaty</i> Kartu AXIS	99
Tabel 3.14 Deskripsi Dimensi <i>Persuasion</i> Kartu AXIS	101
Tabel 3.15 Deskripsi Dimensi <i>Impact</i> Kartu AXIS	103
Tabel 3.16 Deskripsi Dimensi <i>Communication</i> Kartu AXIS	106

Tabel 3.17	Deskripsi Dimensi <i>Emphaty</i> Kartu XL	108
Tabel 3.18	Deskripsi Dimensi <i>Persuasion</i> Kartu XL	110
Tabel 3.19	Deskripsi Dimensi <i>Impact</i> Kartu XL	112
Tabel 3.20	Deskripsi Dimensi <i>Communication</i> XL	114
Tabel 3.21	Skor Rata-Rata Pengukuran Efektivitas Kartu As, AXIS, dan XL	116



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Kartu As	57
Gambar 2.2 Logo AXIS	65
Gambar 2.3 Logo XL	69
Gambar 2.4 Potongan Scene Iklan Televisi Kartu As Versi “Ganteng Level 10”	73
Gambar 2.5 Potongan Scene Iklan Televisi AXIS Versi “Tali Persahabatan”	74
Gambar 2.6 Potongan Scene Iklan Televisi XL Versi “Noah Band”	75
Gambar 2.7 Logo Universitas Kristen Satya Wacana	76
Gambar 2.8 Mural Iklan Kartu As dan XL	57
Gambar 2.9 Gerai Layanan Telkomsel dan XL	57
Gambar 3.1 Grafik EPIC Model Iklan Televisi Kartu As, AXIS, dan XL	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Perhitungan EPIC Model Kartu As

Lampiran 4 Hasil Perhitungan EPIC Model Kartu AXIS

Lampiran 5 Hasil Perhitungan EPIC Model Kartu XL

Lampiran 6 Data Distribusi Responden