

**PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK PERAWATAN WAJAH PRIA  
TERHADAP *BRAND AWARENESS* DAN PENGARUH *BRAND  
AWARENESS* TERHADAP TINGKAT KETERTARIKAN PRODUK DAN  
MOTIVASI PEMBELIAN**

**(Studi Ekspalanitf tentang Terpaan Iklan TVC Vaseline Care For Men Versi  
Darius terhadap *Brand Awareness* dan Pengaruh *Brand Awareness* terhadap  
Tingkat Ketertarikan Produk dan Motivasi Pembelian di Kalangan  
Mahasiwa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

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

**oleh**

**Angela Luciani S.  
05 09 02802/KOM**

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

**2012**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK PERAWATAN WAJAH PRIA  
TERHADAP *BRAND AWARENESS* DAN PENGARUH *BRAND  
AWARENESS* TERHADAP TINGKAT KETERTARIKAN PRODUK DAN  
MOTIVASI PEMBELIAN**

**(Studi Ekspalanitf tentang Terpaan Iklan TVC Vaseline Care For Men Versi  
Darius terhadap *Brand Awareness* dan Pengaruh *Brand Awareness* terhadap  
Tingkat Ketertarikan Produk dan Motivasi Pembelian di Kalangan  
Mahasiwa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**


**SKRIPSI**

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

disusun oleh :

Angela Luciani S.  
05 09 02802/KOM

disetujui oleh :

  
Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.  
Dosen Pembimbing

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

**2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK PERAWATAN WAJAH PRIA TERHADAP *BRAND AWARENESS* DAN PENGARUH *BRAND AWARENESS* TERHADAP TINGKAT KETERTARIKAN PRODUK DAN MOTIVASI PEMBELIAN  
(Studi Ekspalanitf tentang Terpaan Iklan TVC Vaseline Care For Men Versi Darius terhadap *Brand Awareness* dan Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Tingkat Ketertarikan Produk dan Motivasi Pembelian di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Penyusun : Angela Luciani Santosa

NIM : 05 09 02802

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

Hari / Tanggal : Kamis, 12 Juli 2012

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1 FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

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

Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si.

Penguji II



## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Angela Luciani S.  
Nomor Mahasiswa : 05 09 02802  
Program Studi : Komunikasi  
Judul Karya Tulis : PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK PERAWATAN WAJAH PRIA TERHADAP *BRAND AWARENESS* DAN PENGARUH *BRAND AWARENESS* TERHADAP TINGKAT KETERTARIKAN PRODUK DAN MOTIVASI PEMBELIAN  
(Studi Ekspalanitf tentang Terpaan Iklan TVC Vaseline Care For Men Versi Darius terhadap *Brand Awareness* dan Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Tingkat Ketertarikan Produk dan Motivasi Pembelian di Kalangan Mahasiwa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

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 orisinil dan otentik. Bila dikemudian 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 di institusi ini.

Yogyakarta, Juli2012  
Saya yang menyatakan



Angela Luciani. S

## MOTTO



## KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, terima kasih Tuhaan... akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang tertunda sekian lama ini atas karunia Tuhan Yesus dalam hidup saya. Melalui halaman ini, penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang selalu membantu, mendukung dan memberi semangat untuk menyelesaikan karya tulis ini.

1. Tuhan Yesus yang selalu memberi hikmat dan selalu mendengarkan doaku.
2. Pak Agus Putranto dosen pembimbing nomer satu. You Rock, Sir! \m/
3. Bu Anita Herawati dan Bu Dhyah Ayu dosen penguji yang baik hati ^^
4. Tie-tie dan Bobo yang selalu menanyakan kapan saya lulus dan wisuda, hmm..penulis menganggap itu sebagai motivasi, akhirnya cucumu lulus juga ☺
5. Papa Mama yang mengajarkan ketegaran dan kekuatan, telah membesarkan saya dengan baik sehingga menjadi anak yang cerdas (ini sedikit lebay) :p
6. *My lovely precious sisters* Amanda dan Tata yang selalu menyindir penulis kenapa tidak lulus-lulus tetapi mendoakan dalam hati ☺
7. *My true love* Ivan Hamonangan Pasaribu calon suami tercinta, tersayang, terhebat yang memberi *deadline* penulis agar menjadi sarjana sebelum menikah ☺ terima kasih buat dukungan dan doa setiap hari buatku, sayang...
8. Tante Vera calon mertua yang selalu mendoakanku setiap saat (uhuk).
9. Ferry Setiawan koko ipar yang masakannya enak-enak sekali dan Jeslyn Carniela Setiawan keponakan yang sangaaat mencerikan hari-hariku.

10. *My besties* Brigita Arvni Listiningtyas & Astri Wulandari yang selalu memberi semangat dan memberi saran kepada penulis dalam menyusun skripsi ini. Senang sekali kalian adalah teman suka dan duka kerja kelompok selama kuliah sampai sekarang ☺
11. Helen Firmanto Hu teman *special* yang selalu memberi nasehat dengan penuh hikmat ^^
12. Temen-temenku Siane Caroline, Petra, Fen-Fen, Abe, Laura Christina, Ci Yennik Hastono, Ayu Gracilia, Cecil, Cha2, Yuliana, Nita Wulansari, Rani, Rista, Ali Khozali, Lea, Tika, Maya, Shem Maleakhi, dan semua temen-temen yang tidak bisa penulis sebutkan satu per-satu karena ingatan manusia yang cukup terbatas :D Terima kasih untuk semuanya.

Yogyakarta, Juli 2012

- Angela Luciani.S-

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv
BAB I Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Teoritik.....	6
1. Komunikasi.....	6
2. KomunikasiPemasaran .....	9
3. Periklanan .....	12
4. IklanTelevisi .....	13
5. KonsepTerpaan Media ( <i>Media Exposure</i> ) .....	16
6. <i>Brand Awareness</i> .....	17
7. Motivasi Pembelian .....	21
F. Kerangka Konsep.....	23
G.Definisi Operasional .....	24
H. Hipotesis.....	28



I. Metodologi Penelitian.....	30
1. Metode Penelitian.....	30
2. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3. Populasi dan Sampel.....	31
4. Sumber Data.....	33
J. Validitas dan Reliabilitas.....	33
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
2. Metode Analisis Data.....	35
BAB II Deskripsi Obyek Penelitian.....	36
A. Sejarah PT Unilever Indonesia.....	36
B. Produk-Produk PT Unilever Indonesia.....	37
B.1 Vaseline.....	39
B.2 Vaseline For Men.....	40
C. Deskripsi Iklan Vaseline Care For Men.....	46
BAB III Analisis dan Pembahasan.....	49
A. Analisis Data.....	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	51
3. Distribusi Frekuensi.....	51
4. <i>Brand Awareness</i> .....	52
5. Tingkat Terpaan Iklan TVC.....	57
6. Tingkat Ketertarikan.....	59
7. Motivasi Pembelian.....	63
8. Pengujian Hipotesis.....	68
B. Pembahasan.....	74
BAB IV Penutup.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	79
Daftar Pustaka.....	81
Lampiran	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 3.3. Merek produk perawatan kulit wajah untuk pria yang pertama kali muncul di pikiran .....	52
Tabel 3.4. Merek produk lain, selain merek di atas (jawaban boleh lebih dari 1) .....	53
Tabel 3.5. Mengenal merek produk perawatan kulit wajah untuk pria Vaseline <i>Care for men</i> .....	53
Tabel 3.6. Varian produk perawatan kulit wajah untuk pria merek Vaseline <i>Care for men</i> .....	54
Tabel 3.7. Mengetahui artis yang mengenalkan produk perawatan kulit wajah untuk pria Vaseline <i>Care for men</i> .....	55
Tabel 3.8. Jika mengetahui, sebutkan .....	55
Tabel 3.9. Gambaran Brand Awareness .....	56
Tabel 3.10. Tingkat Keseringan Menonton Iklan dalam 1 hari .....	56
Tabel 3.11. Tingkat Keseriusan Menonton Iklan .....	57
Tabel 3.12. Kebiasaan Mengubah Chanel .....	57
Tabel 3.14. Gambaran Terpaan Iklan TVC .....	58
Tabel 3.15. Tingkat Ketertarikan pada Kinerja Produk .....	59
Tabel 3.16. Tingkat Ketertarikan pada Kemasan Produk .....	60
Tabel 3.17. Tingkat Ketertarikan pada Harga Produk .....	60
Tabel 3.18. Gambaran Tingkat Ketertarikan .....	62
Tabel 3.19. Mendapatkan kulitwajah yang sehat .....	62
Tabel 3.20. Kemampuannya untuk mencerahkan kulit .....	63
Tabel 3.21. Membersihkan Kulit Wajah .....	63
Tabel 3.22. Mampu Mengurangi Minyak di Wajah .....	64
Tabel 3.23. Mampu Mengurangi Komedo pada Kulit Wajah .....	64
Tabel 3.24. Adanya Iklan Yang Menarik .....	65

Tabel 3.25. Mereknya Yang Terkenal.....	65
Tabel 3.26. Kebiasaan Menggunakan .....	66
Tabel 3.27. Gambaran Motivasi Pembelian.....	68
Tabel 3.28. Hasil Analisis Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan TVC terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	69
Tabel 3.29. Hasil Analisis Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Ketertarikan pada produk.....	70
Tabel 3.30. Hasil Analisis Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Motivasi pembelian pada produk .....	71
Tabel 3.31. Hasil Analisis Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan TVC terhadap Ketertarikan pada produk.....	72
Tabel 3.32. Hasil Analisis Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan TVC terhadap Motivasi pembelian pada produk .....	73

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	18
Gambar 2.1 Logo PT Unilever Indonesia .....	36
Gambar 2.2 Logo Unilever Food .....	38
Gambar 2.3 Logo Vaseline .....	40
Gambar 2.4 Vaseline Men Face Antispot Whitening Moisturizer .....	41
Gambar 2.5 Vaseline Men Face Moisturizer Oil Control .....	42
Gambar 2.6 Vaseline Men Whitening Deep Clean Face Scrub .....	42
Gambar 2.7 Vaseline Men Whitening Deep Clean Face Wash .....	43
Gambar 2.8 Vaseline Men Whitening Anti Spot Face Wash .....	44
Gambar 2.9 Vaseline Men UV Whitening Body Lotion .....	45
Gambar 2.10 Deskripsi Iklan Vaseline Care For Men #1 .....	46
Gambar 2.11 Deskripsi Iklan Vaseline Care For Men #2 .....	47
Gambar 2.12 Deskripsi Iklan Vaseline Care For Men #3 .....	47
Gambar 2.13 Deskripsi Iklan Vaseline Care For Men #4 .....	47
Gambar 2.14 Deskripsi Iklan Vaseline Care For Men #5 .....	48
Gambar 2.15 Deskripsi Iklan Vaseline Care For Men #6 .....	48
Gambar 2.16 Deskripsi Iklan Vaseline Care For Men #7 .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3. Analisis Frekuensi

Lampiran 4. Uji Hipotesis

Lampiran 4. Data Responden



## ABSTRAKSI

Terjadinya proses pengenalan produk oleh produsen melalui sentuhan media periklanan televisi komersial yang disebut terpaan iklan (*exposure*), membuat aktivitas pemasaran dan periklanan berdampak besar, yaitu bahwa karakter komunikator (produsen) akan berpengaruh signifikan terhadap tingkat persuasi pesan (ketertarikan produk). Terpaan iklan produk tersebut yang berulang kali akan membentuk kesadarannya dalam benak konsumen. Setelah timbul kesadaran dalam benaknya, kemudian akhirnya tertarik dan termotivasi untuk membeli produk tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan produk Vaseline Care for Men yang dibintangi oleh Darius ternyata mampu menciptakan *brand awareness* pada konsumen. Hal ini membuktikan teori bahwa salah satu fungsi iklan yakni sebagai *reminder* sehingga iklan mampu mengingatkan dan semakin meneguhkan terhadap produk yang diiklankan. *Brand awareness* produk Vaseline Care for Men yang dibintangi oleh Darius ternyata secara nyata mampu meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk Vaseline Care for Men. Hal ini menunjukkan bahwa setelah menonton iklan dan *brand awareness* produk (melalui iklan) tersebut semakin tinggi, berdampak *target market* menjadi terpengaruh dan menimbulkan ketertarikan pada produk.

Hasil studi ini diharapkan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan misalnya bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan tentang seberapa kuat pengaruh dari iklan TVC Vaseline Care For Men versi Darius yang ditayangkan membentuk kesadaran konsumen atas merek tersebut dan baru mampu menimbulkan tingkat ketertarikan produk akan tetapi terhadap tingkat motivasi pembelian konsumen ternyata tidak mempengaruhi. Berdasarkan hal tersebut, maka pihak perusahaan diharapkan mendesain kembali iklannya supaya iklan yang disampaikan disamping mempengaruhi *brand awareness* juga dapat menimbulkan tingkat ketertarikan terhadap produk, serta menimbulkan motivasi pembelian.

Kata Kunci: Terpaan Iklan, *Brand Awareness*, Ketertarikan Produk, Motivasi Pembelian.