

Line sebagai Media Penyampaian Pesan

(Studi Deskriptif Mengenai Efektivitas Jejaring Sosial Line sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye WWF “Tiggy Tiger” Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index pada Pengguna Line)



SKRIPSI

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

oleh

**F. Anastasia Farokatarina
08 09 03628/KOM**

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

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

Line sebagai Media Penyampaian Pesan

(Studi Deskriptif Mengenai Efektivitas Jejaring Sosial Line sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye WWF “Tiggy Tiger” Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index pada Pengguna Line)

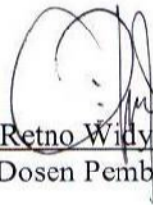
SKRIPSI

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

disusun oleh :

F. Anastasia Farokatarina
08 09 03628/KOM

disetujui oleh :



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

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

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Line sebagai Media Penyampaian Pesan (Studi Deskriptif Mengenai Efektivitas Jejaring Sosial Line sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye WWF “Tiggy Tiger” Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index pada Pengguna Line)

Penyusun : F. Anastasia Farokatarina

NIM : 08 09 03628

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

Hari / Tanggal : Jumat, 22 Agustus 2014

Pukul : 11.00 WIB – 12.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

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

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

Drs. Ign. Agus Putranto, M.S
Penguji II



A handwritten signature in blue ink is written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be "Agus".

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : F. Anastasia Farokatarina
Nomor Mahasiswa : 08 09 03628
Program Studi : Komunikasi
Judul Karya Tulis : Line sebagai Media Penyampaian Pesan (Studi Deskriptif Mengenai Efektivitas Jejaring Sosial Line sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye WWF “Tiggy Tiger” Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index pada Pengguna Line)

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 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.

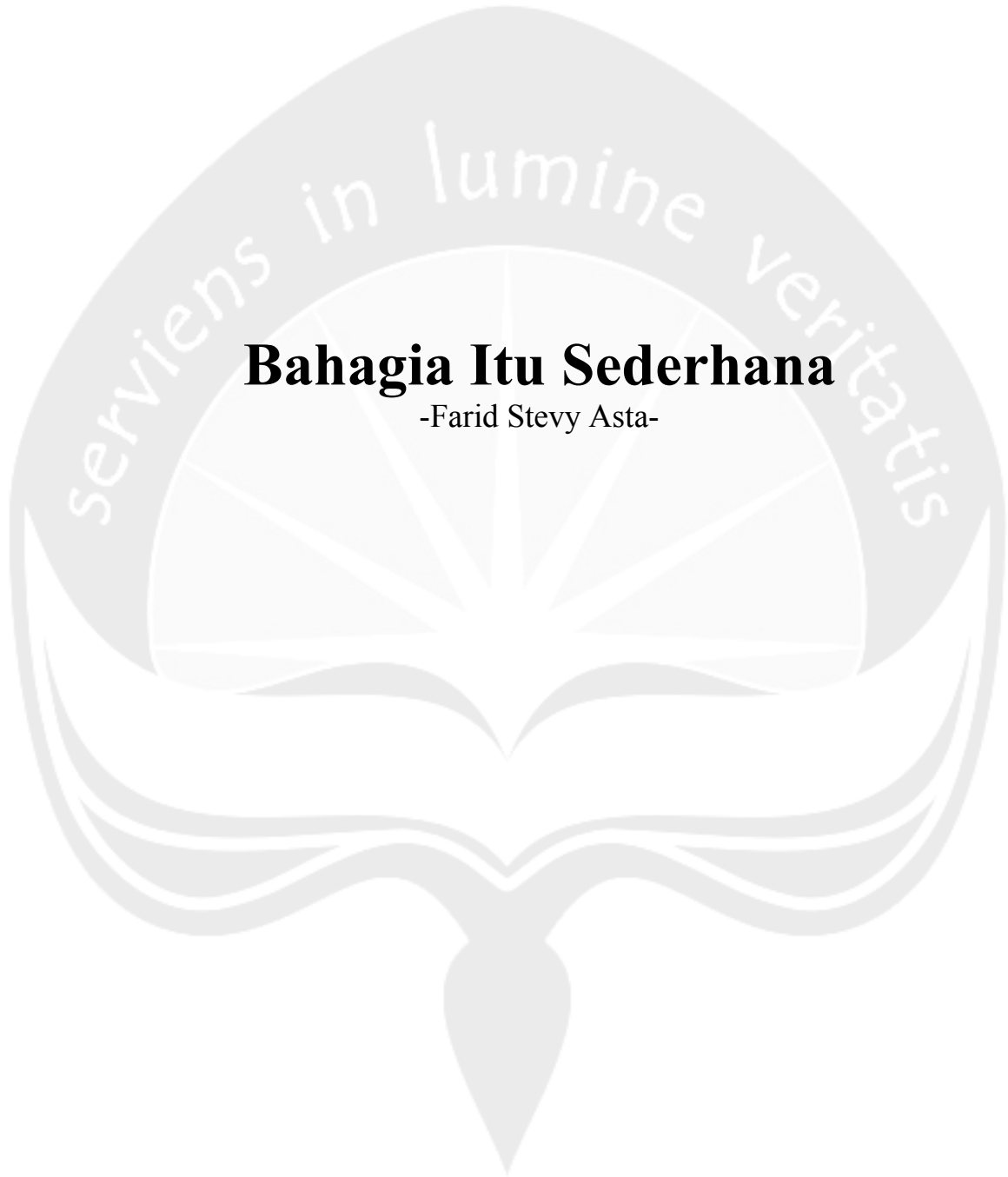
Yogyakarta, September 2014

Saya yang menyatakan



F. Anastasia Farokatarina

MOTTO



Bahagia Itu Sederhana

-Farid Stevy Asta-

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan kekuatan sehingga penyusun dapat menyelesaikan tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terima kasih yang tidak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.SI selaku dosen pembimbing atas waktu dan bimbingannya selama ini.
2. Kedua orang tua saya sangat saya cintai, abang-abang, kakak-kakak dan boo atas doa dan dukungannya yang luar biasa selama ini luph you all.
3. Valensio Edith Fernanda, selaku pasangan saya atas doa, dukungan, pengertian dan kesabarannya selama ini.
4. Serta kepada teman-teman: Mya, Arin, Puyi, Prisca, Kacut, Ka Cla, Amek, Alaw dan segenap penghuni Karina's House yang telah mendukung dan membantu memberikan semangat, nemenin waktu galaunya skripsi yang tak kunjung kelar, "KALIAN LUAR BIASA"
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.

Yogyakarta, September 2014

Penulis

F. Anastasia Faroktarina

DAFTAR ISI

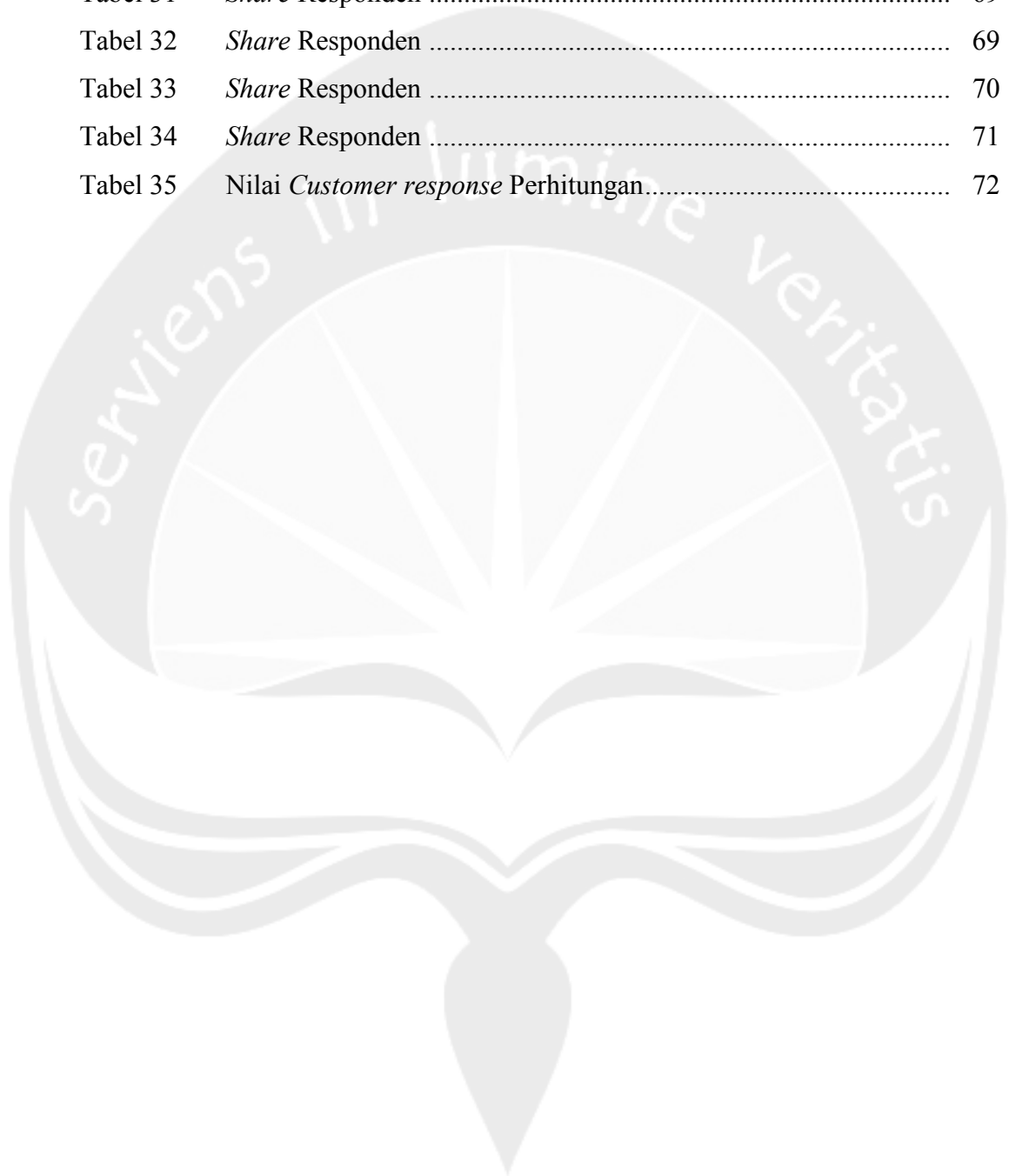
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori.....	9
F. Kerangka Konsep.....	26
G. Definisi Operasional	30
H. Metodologi Penelitian.....	32
1. Jenis Penelitian	33
2. Metode Pengumpulan Data	33
3. Gambaran Populasi	34
4. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
5. Teknik Pengumpulan Data	36
6. Teknik Analisis Data	37
a. Validitas dan Reabilitas	37

b. Perhitungan CRI	39
BAB II Deskripsi Obyek Penelitian	41
A. Objek Penelitian	41
1. Gambaran Umum Jejaring Sosial Line.....	41
2. Sejarah Perusahaan	42
3. Fitur-fitur Line	44
B. Kampanye WWF menggunakan jejaring sosial Line	46
1. WWF indonesia	46
2. Kerjasama WWF dan Line	46
BAB III Analisis Data Dan Pembahasan	51
A. Pengujian Instrumen	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	52
B. Analisis Data	54
C. Pembahasan	78
BAB IV Kesimpulan dan Saran	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	85
Daftar Pustaka	86
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Hasil uji validitas variabel Penelitian	52
Tabel 2 Hasil uji reliabilitas variabel Penelitian	53
Tabel 3 Nilai rata-rata <i>Attention</i>	54
Tabel 4 Kategori <i>Attention</i>	55
Tabel 5 <i>Attention</i> Responden	55
Tabel 6 <i>Attention</i> Responden	56
Tabel 7 <i>Attention</i> Responden	56
Tabel 8 <i>Attention</i> Responden	57
Tabel 9 <i>Attention</i> Responden	57
Tabel 10 Nilai rata-rata <i>Interest</i>	58
Tabel 11 Kategori <i>Interest</i>	59
Tabel 12 <i>Interest</i> Responden	59
Tabel 13 <i>Interest</i> Responden.....	59
Tabel 14 <i>Interest</i> Responden.....	60
Tabel 15 <i>Interest</i> Responden.....	61
Tabel 16 <i>Interest</i> Responden.....	61
Tabel 17 Nilai rata-rata <i>Search</i>	62
Tabel 18 Kategori <i>Search</i>	62
Tabel 19 <i>Search</i> Responden	63
Tabel 20 <i>Search</i> Responden	63
Tabel 21 <i>Search</i> Responden	64
Tabel 22 <i>Search</i> Responden	64
Tabel 23 <i>Search</i> Responden	65
Tabel 24 Nilai rata-rata <i>Action</i>	66
Tabel 25 Kategori <i>Action</i>	66
Tabel 26 <i>Action</i> Responden	66
Tabel 27 <i>Action</i> Responden	67
Tabel 28 <i>Action</i> Responden	67

Tabel 29	Nilai rata-rata <i>Share</i>	68
Tabel 30	Kategori <i>Share</i>	68
Tabel 31	<i>Share</i> Responden	69
Tabel 32	<i>Share</i> Responden	69
Tabel 33	<i>Share</i> Responden	70
Tabel 34	<i>Share</i> Responden	71
Tabel 35	Nilai <i>Customer response</i> Perhitungan.....	72

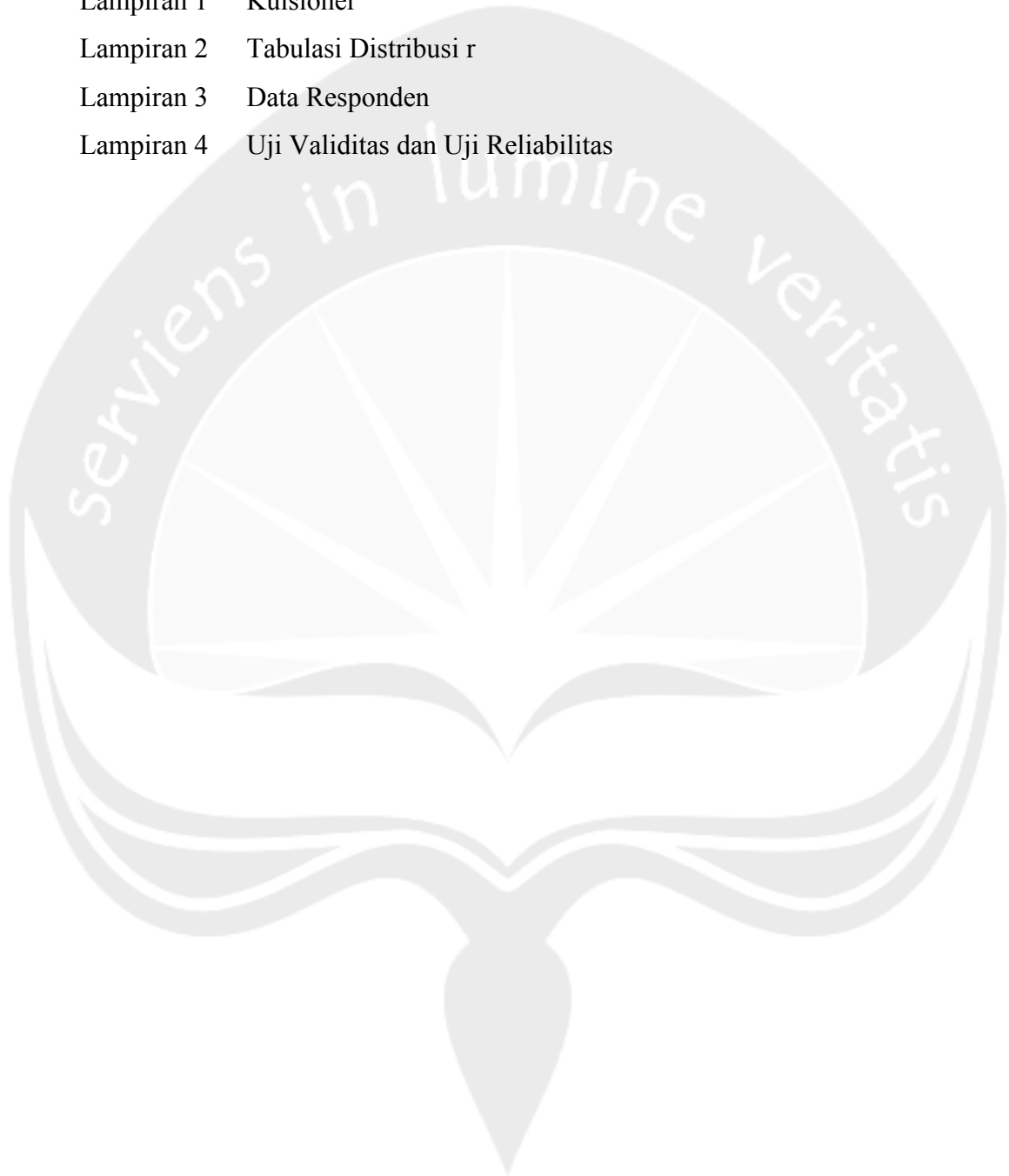


DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Jumlah Pengguna Line di dunia	2
Gambar 2. Peringkat Line di Indonesia	3
Gambar 3. Stiker “Tiggy Tiger”	6
Gambar 4. Model <i>Customer Response Index</i> (CRI)	21
Gambar 5. Proses perubahan AIDMA menjadi AISAS	23
Gambar 6. Proses AISAS yang tidak linier	24
Gambar 7. Model CRI AISAS	29
Gambar 8. Model CRI AISS	30
Gambar 9. Model CRI AISA	30
Gambar 10. Model CRI AIS	31
Gambar 11. Logo Line	42
Gambar 12. Stiker “Tiggy Tiger”	49
Gambar 13. Perhitungan CRI dengan model AISAS	73
Gambar 14. Perhitungan CRI dengan model AISA	75
Gambar 15. Perhitungan CRI dengan model AISS	76
Gambar 16. Perhitungan CRI dengan model AIS	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Tabulasi Distribusi r
- Lampiran 3 Data Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas



F. Anastasia Farokatarina
No. Mhs : 08 09 03628/KOM

Line sebagai Media Penyampaian Pesan
(Studi Deskriptif Efektivitas Jejaring Sosial Line sebagai Media Penyampaian
Pesan Kampanye WWF “Tiggy Tiger” Berdasarkan Perhitungan
Customer Response Index pada Pengguna Line)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi semakin pesat dengan munculnya era penggunaan internet. Penggunaan internet membuat banyaknya media baru yang muncul salah satunya adalah *social network* atau jejaring sosial. Salah satunya adalah jejaring sosial Line. Jumlah pengguna Line di Indonesia yang mencapai 14.000.000 pengguna Line, *Nielsen Reveals Top 10 Smartphone Apps In SE Asia* pada bulan Juli tahun 2013 menggambarkan bahwa di Indonesia Line menempati posisi keempat jejaring sosial yang paling populer digunakan oleh masyarakat. Line bekerjasama dengan *Wide Fund For Nature (WWF)* sebagai media untuk menyampaikan pesan. Kerjasama WWF dengan Line adalah pemanfaatan aplikasi line yakni stiker. Penggunaan jejaring Sosial Line dengan menggunakan stiker merupakan alternatif baru dalam berkampanye. Stiker digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan kampanye. Stiker WWF dalam jejaring sosial line dikenal dengan sebutan “Tiggy Tiger”.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas jejaring sosial line sebagai media penyampaian pesan kampanye WWF “Tiggy Tiger”. Jenis pengukuran yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif, dengan metode pengukuran efektivitas menggunakan metode *Customer Response Index (CRI)*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang, pengguna jejaring sosial line dan tahu tentang stiker “tiggy tiger” dengan teknik *non probability sampling*. Pengukuran efektivitas menggunakan penghitungan CRI, yang dimodifikasi dengan menggunakan model baru yaitu AISAS yang dimunculkan oleh Dentsu *advertising agency*, untuk mengukur perilaku konsumen secara online. Tahapan respon berasal dari *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*. Pada setiap tahapan akan diketahui besarnya persentase, yang akan dianalisa menggunakan perkalian metode CRI sehingga akan diketahui efektif atau tidak efektifnya jejaring sosial line sebagai media penyampaian pesan kampanye.

Hasil dari penghitungan CRI yang dimodifikasi dengan konsep AISAS, didapat bahwa dari 4 model yang ada pada konsep AISAS, nilainya sebagai berikut : CRI AISAS sebesar 38,62%, CRI AISA sebesar 48,72% , CRI AISS sebesar 50,15% dan CRI AIS sebesar 60,42%.

Hasil penelitian ini, didapat kesimpulan bahwa kampanye menggunakan stiker “tiggy tiger” dalam jejaring sosial line adalah efektif, karena persentase tiap responden dalam tiap model lebih tinggi daripada yang tidak *attention*, tidak *interest*, tidak *search*, tidak *action* dan tidak *share*. Hal tersebut sesuai dengan tujuan dari kampanye WWF terutama dalam hal penggalangan dana , karena semakin banyak orang mengunduh dan menggunakan stiker “tiggy tiger” maka semakin meningkatkan kesadaran masyarakat tentang gaya hidup hijau.

Kata Kunci : Jejaring Sosial Line, CRI, AISAS, Efektivitas

