

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN DJARUM BLACK  
DI TELEVISI TERHADAP EKUITAS MEREK  
(*BRAND EQUITY*) PRODUK ROKOK DJARUM  
(Survey terhadap Perokok di Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

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

**oleh :**

**AGFIANTO SURYAWAN PRAMUDITYA**

**02 09 01996**

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

**2011**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN DJARUM BLACK  
DI TELEVISI TERHADAP EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*)  
PRODUK ROKOK DJARUM  
(Survey terhadap Perokok di Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi**

**disusun oleh :**

**AGFIANTO SURYAWAN PRAMUDITYA**

**No Mhs : 01996 / 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**

**2011**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Tayangan Iklan Djarum Black di Televisi terhadap Ekuitas Merek (Brand Equity) Produk Rokok Djarum  
(Survey terhadap Perokok di Yogyakarta)

Penyusun : Agfianto Suryawan Pramuditya

NIM : 02 09 01996

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

Hari / Tanggal : Rabu / 9 November 2011

Pukul : 14.30 WIB

Tempat : Ruang pendadaran FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

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

Penguji Utama

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji I

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

Penguji II



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agfianto Suryawan Pramuditya  
No Mahasiswa : 02 09 01996  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul karya Tulis : Pengaruh Tayangan Iklan Djarum Black di Televisi terhadap Ekuitas Merek (Brand Equity) Produk Rokok Djarum (Survey terhadap Perokok di Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah/tugas akhir ini benar-benar buah karya saya pribadi.

Karya tulis ilmiah ini bukan merupakan plagiarisme, hasil karya milik orang lain, maupun pencurian hasil karya orang lain, kecuali bagian yang sumber informasinya disebutkan dan dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidak-sesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia di proses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

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

Yogyakarta, 24 Oktober 2011



Saya yang menyatakan,

(Agfianto Suryawan Pramuditya)

**Pengaruh Tayangan Iklan Djarum Black di Televisi  
terhadap Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Produk Rokok Djarum  
(Survey terhadap Perokok di Yogyakarta)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh tayangan iklan Rokok Djarum di televisi terhadap ekuitas merek (*brand equity*) Rokok Djarum.

Penelitian ini merupakan penelitian survei kausalitas. Sampel ditentukan dengan metode *simple random sampling* pada masyarakat perokok di Yogyakarta, yaitu 100 responden dari populasi ratusan ribu orang. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dan dokumentasi. Instrumen penelitian adalah seperangkat kuesioner yang berisi daftar pernyataan tentang iklan Djarum Black di televisi. Uji coba instrumen dilakukan di Yogyakarta dengan mengambil 30 responden. Validitas setiap butir instrumen dikatakan memenuhi syarat jika memiliki nilai korelasi antar butir dengan skor total minimum 0,239 dan setelah dilakukan analisis diketahui bahwa semua butir memenuhi syarat untuk dikatakan valid. Sedangkan analisis reliabilitas menunjukkan nilai 0,947 yang sangat tinggi berada di atas 0,60, sebagai syarat untuk dikatakan reliabel. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Tayangan Iklan Djarum Black di Televisi terhadap *Brand Equity* yang mana nilai F-hitung ( $=217,828$ )  $>$  F-tabel dan  $p = 0,000 < 0,05$ ; terdapat pengaruh signifikan antara Tayangan Iklan Djarum Black di Televisi terhadap *Brand Awareness* dengan t-hitung ( $=88,673$ )  $>$  t-tabel dan  $p < 0,05$ , terhadap *Brand Association* dengan t-hitung ( $=80,944$ )  $>$  t-tabel dan  $p < 0,05$ , *Perceived Quality* dengan t-hitung ( $=28,518$ )  $>$  t-tabel dan  $p < 0,05$ , dan *Brand Loyalty* dengan t-hitung ( $=110,706$ )  $>$  t-tabel dan  $p < 0,05$ . Tayangan Iklan *Djarum Black* di televisi mampu menjelaskan perubahan variabel dependen *Brand Equity* sebesar 68,7%, sedangkan sisanya (31,3%) dijelaskan oleh faktor lain selain variabel Tayangan Iklan Djarum Black di Televisi.

Kata kunci: Tayangan Iklan, Djarum Black, *Brand Equity*

Spring kuhasratkan sesuatu  
namun Kau tlah memilikannya untukku  
Pilihan-Mu senantiasa lebih baik  
dan Kau teramat sayang kepadaku

Karna Kau-lah yang menguji dan memutuskan  
Aku merasa ringan menghadapi segala kesulitan  
Tak ada yang bisa mengubah ketentuan Allah  
Dan tak ada seorang pun yang dapat memilih

Kutekadkan diri untuk tak memedulikan kata hati  
Kecuali untuk mengagungkan dan memuliakan-Mu

*Skripsi ini Aku persembahkan untuk  
orang yang sangat kusayangi dan begitu dekat di hati aku :*

*Mom n Dad, this is for You*

*I did it n I have proven my commitment*

## KATA PENGANTAR

Sujud syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas Ridho yang telah diberikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah/tugas akhir berupa Skripsi yang berjudul Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Djarum Black di Televisi terhadap Ekuitas Merek (Brand Equity) Produk Rokok Djarum (Survey terhadap Perokok di Yogyakarta).

Didalam penulisan karya tulis ini kiranya masih terdapat keterbatasan dan kekurangan, namun bagaimana sebuah proses bangkit dari keterpurukan dan keputusan merupakan pengalaman yang ajaib atas kehendak Allah. terselesainya karya tulis ini bukan hanya untuk kepentingan akademis semata, namun juga sebagai pengalaman hidup yang berharga, dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga tugas ini dapat terselesaikan. Secara khusus Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Source of my Power, ALLAH SWT for everything.
2. *My Father n my Mom*, Ir.Sutopo and Martha Sternaningsih, Spd., my Big brother Andre, SE., atas doa, support dan pemenuhan segala kebutuhan serta permintaanku.
3. *Special Person*, Juwita Citra Rafika yang selalu memberi dukungan doa dan semangat untuk segera menyelesaikan study ini.

4. Tante Kumala Sari, terimakasih atas doa dan motivasinya, hingga aku dapat membangkitkan semangat lebih, untuk membuktikan bahwa aku mampu.
5. Sahabatku, Tongam Raja dan Tommy yang turut membantuku dalam bertukar pikiran serta dorongan motivasinya.
6. Teman-teman ku, Oges, Ahonx, lintang, i say thanks a lot for u guys being supporter on my exam.
7. Dosen Pembimbingku, Mister Agus Putranto, yang telah memberikan kemudahan selama proses bimbingan skripsi.
8. juga kepada Om dan tante Agus yang telah banyak membantu mengeluarkan ide-ide dan masukan-masukan dalam pembuatan skripsi ku.
9. Dosen ku yg cool dan cantik, Mr. Bambang Wiratmojo and Mrs. Anita Herawati selaku penguji skripsi ku.
10. TU dan seluruh Staff FISIP UAJY.
11. Serta semua orang baik kerabat, tetangga, teman yang telah membantu penulis, yang nama-namanya belum tercantum, berkat doa dan motivasi kalian-lah penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini.

Terima kasih semuanya, selamat membaca skripsi ini, semoga bermanfaat, *and God Bless Us.*

Yogyakarta, 24 Oktober 2011

Peneliti

**Agfianto S Pramuditya**



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstraksi	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori	8
F. Kerangka Konsep	39
G. Hipotesis	44
H. Metode Penelitian	
1. Jenis Penelitian	44
2. Populasi penelitian	45
3. Sampel Penelitian	45
4. Teknik Penarikan Sampel	46
5. Jenis Data	47

6. Metode Pengumpulan Data	48
7. Pengukuran Variabel	48
8. Uji Instrumentasi Penelitian	49
9. Pengujian Hipotesis	52
<b>BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN</b>	
A. Profil PT. Djarum	56
B. Tayangan Iklan Rokok Djarum Black di Televisi	57
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Temuan Penelitian	
1. Pengujian Instrumen Penelitian	60
2. Hasil Statistik Deskriptif	63
3. Pengujian Normalitas Data	65
4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	66
5. Pengujian Hipotesis I	67
6. Pengujian Hipotesis II	68
B. Analisis Data	
1. Hasil Uji Hipotesis I	75
2. Hasil Uji Hipotesis II	76
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan	79
B. Saran	79

Daftar Pustaka

Lampiran

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Konsep <i>Brand Equity</i>	15
Gambar 2	Piramida <i>Brand Awareness</i>	17
Gambar 3	Piramida Loyalitas	27
Gambar 4	<i>Profit Generator System</i>	34
Gambar 5	Kerangka Konsep	39
Gambar 6	Tampilan Visual Iklan Djarum Black (versi Tulisan Cangkir)	58
Gambar 7	<i>Normal P-P plot of Regression Standardized Residual</i>	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kekuatan dan Keterbatasan Periklanan di Televisi	11
Tabel 2	Hasil Pengujian Validitas	62
Tabel 3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	63
Tabel 4	Hasil Statistik Deskriptif	63
Tabel 5	Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 6	Hasil Regresi Linier Sederhana	67
Tabel 7	Hasil Uji <i>t-paired</i> Tayangan Iklan di Televisi dengan <i>Brand Awareness</i>	68
Tabel 8	Hasil Uji <i>t-paired</i> Tayangan Iklan di Televisi dengan <i>Brand Association</i>	70
Tabel 9	Hasil Uji <i>t-paired</i> Tayangan Iklan di Televisi dengan <i>Perceived Quality</i>	72
Tabel 10	Hasil Uji <i>t-paired</i> Tayangan Iklan di Televisi dengan <i>Brand Loyalty</i>	73
Tabel 11	Hasil Uji Beta	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Pengolahan Data

