

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TERHADAP MOTIVASI MEMBELI
SMARTPHONE

(Studi Explanatif tentang Pengaruh Tingkat Terpaan *Product Placement Samsung Smartphone* pada Drama Korea *BIG* terhadap Tingkat Motivasi Membeli Produk *Samsung Smartphone* pada *Followers* Jogja Kpop Family)



SKRIPSI

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

Oleh:

FRANSISKA XAVERIA PUTRI PATRIOT

11 09 04435/KOM

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

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TERHADAP MOTIVASI MEMBELI *SMARTPHONE*

(Studi Explanatif tentang Pengaruh Tingkat Terpaan *Product Placement Samsung Smartphone* pada Drama Korea *BIG* terhadap Tingkat Motivasi Membeli Produk *Samsung Smartphone* pada *Followers* Jogja Kpop Family)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.Ikom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

FRANSISKA XAVERIA PUTRI PATRIOT

No. Mhs : 04435 / KOM

disetujui oleh :

F. Anita Herawati, SIP, M.Si.

Dosen Pembimbing

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

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi :

PENGARUH PRODUCT PLACEMENT TERHADAP MOTIVASI MEMBELI SMARTPHONE

(Studi Explanatif tentang Pengaruh Tingkat Terpaan *Product Placement Samsung Smartphone* pada Drama Korea *BIG* terhadap Tingkat Motivasi Membeli Produk *Samsung Smartphone* pada *Followers* Jogja Kpop Family)

Penyusun : Fransiska Xaveria Putri Patriot

NIM : 11 09 04435

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : 6 Juli 2015

Pukul : 10:00

Tempat : Ruang Ujian FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dhyah Ayu Retno W, S.Sos, M.Si.
Penguji Utama

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

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos, M.A.
Penguji II



PERNYA'AAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fransiska Xaveria Putri Patriot
NIM : 110904435
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 21 Juli 2015

Yang membuat pernyataan



Fransiska Xaveria Putri P.

ABSTRAKSI

PENGARUH *PRODUCT PLCEMENT* TERHADAP MOTIVASI MEMBELI *SMARTPHONE*

(Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh Tingkat Terpaan *Product Placement Samsung Smartphone* pada drama Korea BIG terhadap Tingkat Motivasi Membeli Produk *Samsung Smartphone* pada *Followers* Jogja Kpop Family)

Penelitian ini ingin melihat bagaimana pengaruh tingkat terpaan *product placement Samsung smartphone* pada drama Korea BIG terhadap tingkat motivasi membeli produk *Samsung smartphone*. Variabel dari penelitian ini ada 3 yaitu variabel tingkat terpaan *product placement Samsung smartphone* pada drama Korea BIG sebagai variabel *independent* dan variabel tingkat motivasi membeli produk *Samsung smartphone* sebagai variabel *dependent* serta variabel kelompok referensi sebagai variabel kontrol. Penelitian ini juga menggunakan teori dari *classical conditioning theory*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan metode penelitian survei. Populasi dari penelitian ini adalah *followers* akun twitter @jogjakpopfamily dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan skala likert. Pengujian dari penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas pertanyaan serta menggunakan uji korelasi parsial dan regresi linear serta berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh dari tingkat terpaan *product placement Samsung smartphone* pada drama Korea BIG terhadap tingkat motivasi dari konsumen atau penonton untuk membeli produk *samsung smartphone*, hasil tersebut didapat dari perhitungan yang menunjukkan nilai signifikan variabel tingkat terpaan adalah $0,241 > 0,05$ sehingga ditemukan tidak ada pengaruh. Saat variabel kontrol dimasukkan, yaitu variabel kelompok referensi rupanya ada pengaruh yang signifikan antara variabel tingkat terpaan *product placement Samsung smartphone* terhadap tingkat motivasi membeli produk *Samsung smartphone* saat dikontrol oleh variabel kelompok referensi. Nilai signifikan yang didapat adalah $0,001 < 0,005$ sehingga perhitungan variabel-variabel tersebut terdapat pengaruh yang signifikan.

Hasil studi ini diharapkan berguna bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan teori *classical conditioning* dan para pengiklan dalam menentukan teknik beriklan, karena tidak terbuktinya pengaruh intensitas terpaan penempatan produk terhadap tingkat motivasi membeli produk.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, *Product Placement*, Motivasi Membeli

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menemani tiap langkah penulis dalam melakukan penelitian ini. Tugas akhir ini disusun sebagai syarat mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selesaiannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari campur tangan orang-orang yang mengasahi penulis, sehingga penulis ingin berterima kasih kepada mereka semua, yaitu:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena dengan kehendakNya penulis bisa membuat skripsi ini meskipun banyak sekali cobaan yang harus dialami penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Orang tuaku terkasih, mama Hendrina dan bapa Germanus, karena kekuatan doa mereka yang telah membantu menuntun peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dan kasih sayang yang tak pernah ada habisnya dari mereka berdua.
3. Kedua saudariku Ursula dan Priscilla karena mereka telah memberikan semangat kepada peneliti dari awal hingga akhir penelitian ini.
4. Ibu Anita sebagai dosen pembimbing yang selalu sabar mendampingi proses penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan selalu baik hati kepada penulis. Terima kasih banyak bu.
5. Dosen penguji Bu Ayu dan Bu Desi terima kasih atas masukannya.

6. Teman seperjuangan dari awal mengerjakan skripsi ini, sahabatku, Grace, Vio, WIjak, Stella. Terima kasih telah menemani perjuangan penulis dari awal hingga akhir, terima kasih telah menjadi sahabat yang baik, serta Lakers.
7. Terima kasih juga kepada kalian yang memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis mendapatkan banyak kekuatan untuk menjalani proses ini dengan tekun, khususnya bagi Mika, Nando, Ando, Ori, Melda, Randy, kak Nia, Mbak Ratna, Sri, Tikong dan mbak Mareta dari *Jogja Kpop Family*, adel, dan tasya.

Akhir kata penulis minta maaf jika ada kesalahan dalam penulisan laporan ini, penulis juga berhadap semoga tugas akhir ini berguna bagi penulis dan pembaca skripsi ini. Tuhan memberkati.

Yogyakarta, 25 Juni 2015

Penulis

Fransiska Xaveria Putri Patriot

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Tulisan	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar isi.....	viii
Daftar tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar bagan	xii
Daftar Lampiran	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Kerangka Teori	16
F. Kerangka Konsep.....	37
G. Hipotesis.....	42
H. Definisi Operasional.....	43
I. Metodologi Penelitian.....	46
1. Jenis penelitian	46
2. Metode Penelitian.....	47
3. Populasi	47
4. Sampel.....	47
5. Teknik Sampling	49
6. Metode Pengukuran Data.....	49
7. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
8. Metode Analisa Data.....	51

BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Deskripsi <i>Jogja Kpop Family</i>	54
B. Drama Korea <i>BIG</i>	59
C. <i>Samsung Smartphone</i>	61
D. <i>Company Reports Samsung Smartphone</i>	65

BAB III DESKRIPSI DAN ANALISIS HASIL PELENLITIAN

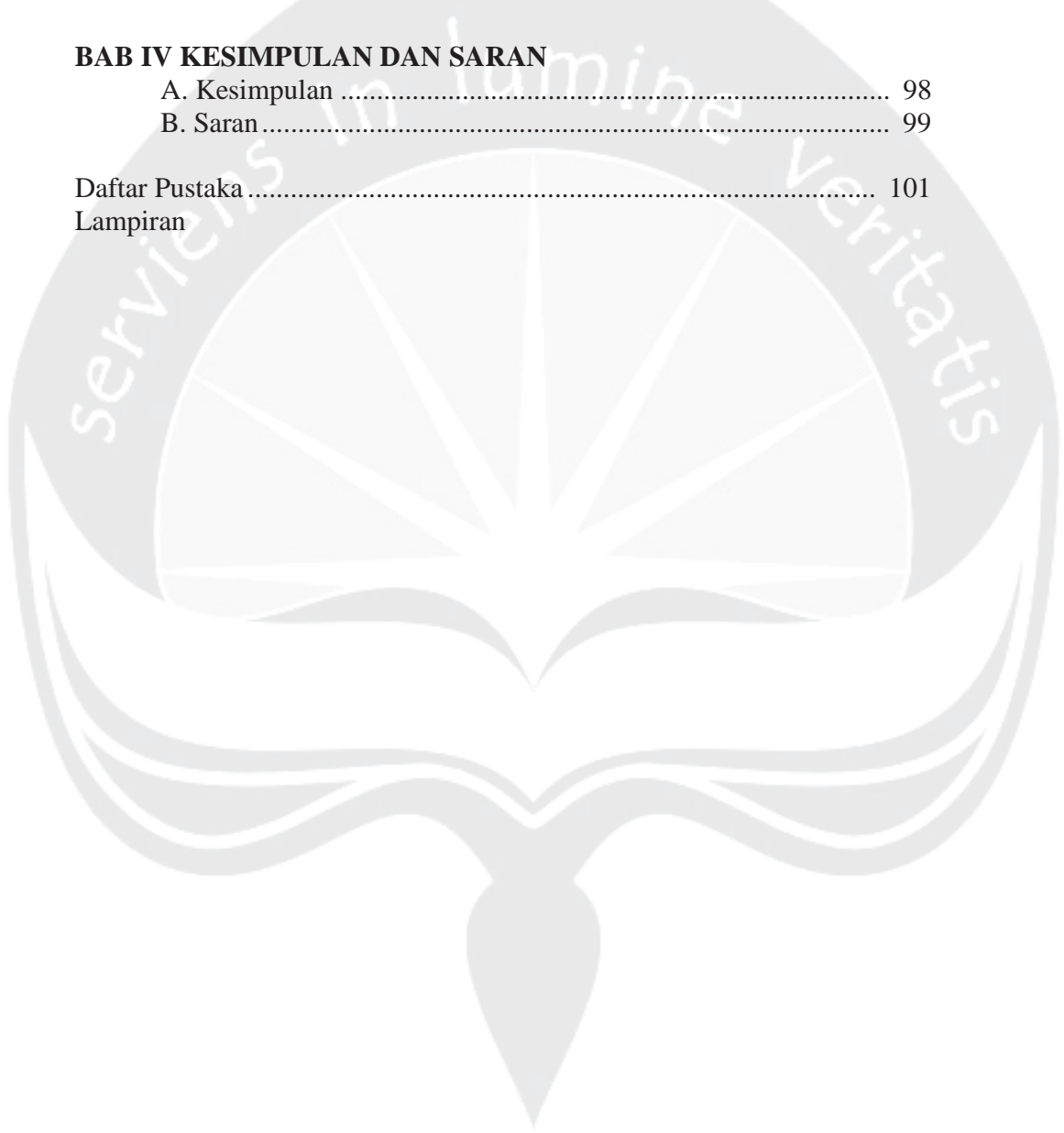
A. Pengujian Validitas dan Raliabilitas	67
B. Analisis Deskriptif.....	71
C. Pembahasan	93

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	98
B. Saran	99

Daftar Pustaka.....	101
---------------------	-----

Lampiran



DAFTAR TABEL

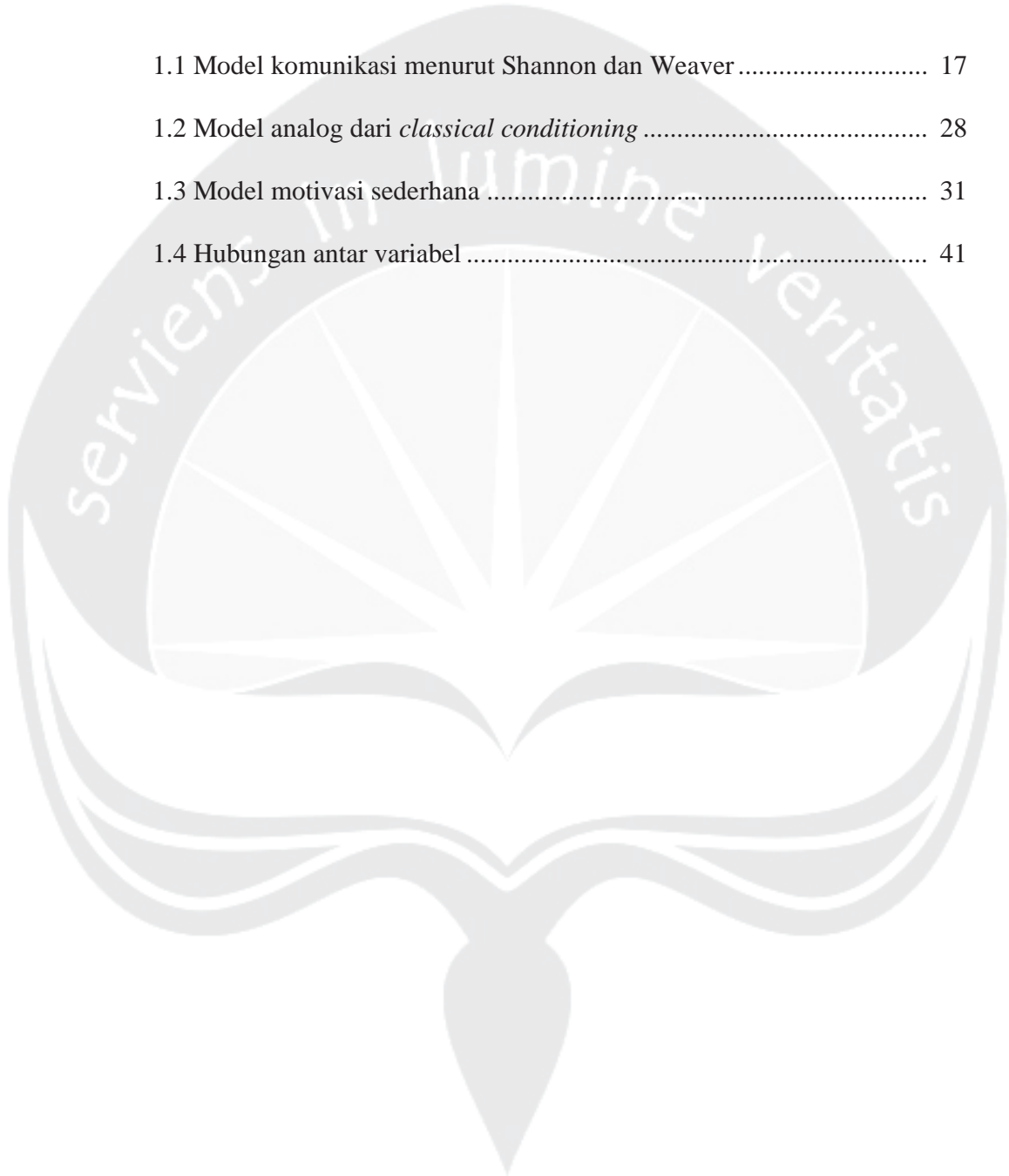
1.1 Data Statistik Top 14 Manufaktur <i>Smartphone</i> dunia kuartal kedua 2013.....	12
3.1 Uji Validitas dimensi atensi menonton drama Korea BIG	68
3.2 Uji Validitas Variabel Motivasi Membeli.....	68
3.3 Uji Validitas Variabel Kelompok Referensi	69
3.4 Uji Reliabilitas	70
3.5 Deskripsi Frekuensi Menonton Drama Korea BIG.....	71
3.6 Kategorisasi Dimensi Frekuensi Menonton Drama Korea BIG dalam Satu Minggu	73
3.7 Deskripsi Dimensi Atensi Menonton Drama Korea BIG	74
3.8 Kategorisasi Variabel Terpaan Drama Korea BIG	77
3.9 Deskripsi Variabel Motivasi Membeli	78
3.10 Kategorisasi variabel motivasi membeli <i>Samsung smartphone</i>	81
3.11 Deskripsi variabel kelompok referensi.....	82
3.12 Kategorisasi variabel kelompok referensi	84
3.13 Uji korelasi parsial ketiga variabel.....	85
3.14 Model Summary regresi linear.....	88
3.15 Tabel Anova regresi linear	88
3.16 Tabel koefisien regresi linear	89
3.17 Model Summary regresi berganda	90
3.18 Tabel Anova regresi berganda	91
3.19 Tabel Koefisien regresi berganda.....	91

DAFTAR GAMBAR

3.1 <i>Fanpage</i> komunitas pecinta drama Korea di Indonesia.....	6
3.2 <i>Twitter</i> pecinta drama Korea di Indonesia	6
3.3 Reaksi masyarakat Indonesia terhadap drama Korea BIG.....	13
3.4 <i>Product placement Samsung smartphone</i> di episode 13.....	15
2.1 Logo <i>Jogja Kpop Family</i>	55
2.2 Poster <i>Jogja Kpop Family Carnival</i>	58
2.3 <i>Product placement Samsung smartphone</i> di episode 13.....	61

DAFTAR BAGAN

1.1 Model komunikasi menurut Shannon dan Weaver	17
1.2 Model analog dari <i>classical conditioning</i>	28
1.3 Model motivasi sederhana	31
1.4 Hubungan antar variabel	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Hasil olah data validitas dan reliabilitas

Lampiran 4 Analisis regresi

Lampiran 5 Analisis Korelasi