

**PENGARUH SLOGAN “INDEPENDEN |
TERPERCAYA” TERHADAP CITRA KOMPAS TV
PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS BHAYANGKARA
JAYA BEKASI ANGKATAN 2014**

SKRIPSI

**Oleh:
Bayu Kresna Satriawan
201410415015**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

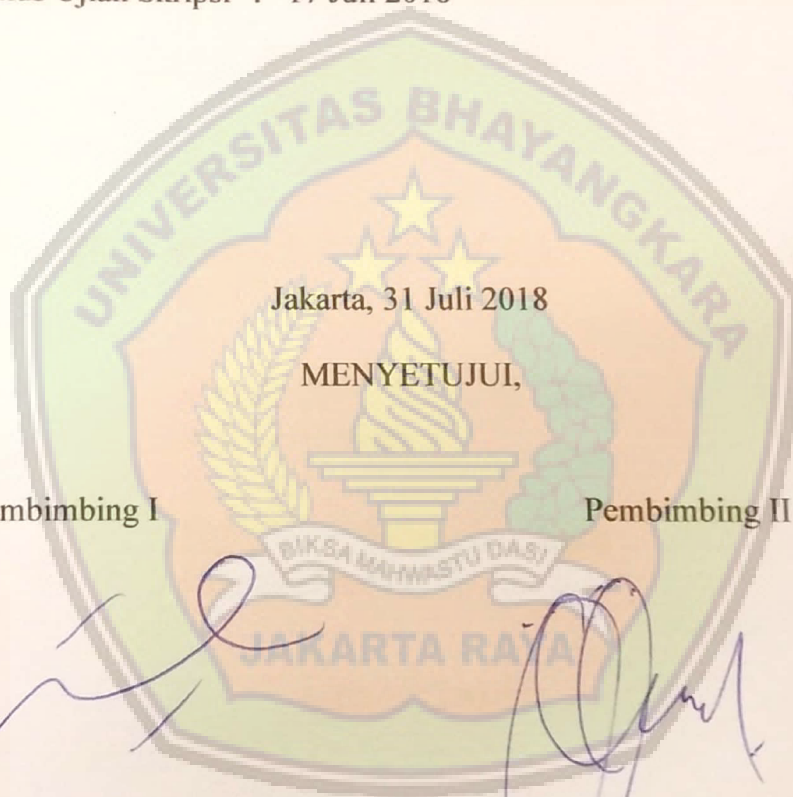
Judul Skripsi : Pengaruh Slogan “Independen | Terpercaya”
Terhadap Citra Kompas TV Pada Mahasiswa
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Bhayangkara Jaya Bekasi Angkatan 2014

Nama Mahasiswa : Bayu Kresna Satriawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410415015

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2018



Jakarta, 31 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom

NID. 041609009

Novrian, S.Sos., M.Ikom

NID. 0041501018

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Slogan "Independen | Terpercaya"
Terhadap Citra Kompas TV Pada Mahasiswa
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Bhayangkara Jaya Bekasi Angkatan 2014

Nama Mahasiswa : Bayu Kresna Satriawan
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410415015
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2018

Jakarta, 31 Juli 2018

MENGESAHKAN,

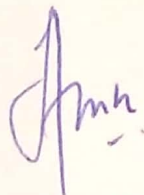
Ketua Tim Penguji : Asima O. Sitanggang., S.Ds, M.Si
NID 041505028

Penguji I : Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom
NID 041609009

Penguji II : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NID 041310016

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

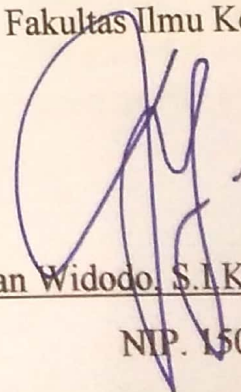


Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom

NIP. 1602244

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Slogan “Independen | Terpercaya” Terhadap Citra Kompas TV Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jaya Bekasi Angkatan 2014**, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,

METERAI
TEMPEL

0A9B4AFF169039739

6000
ENAM RIBURUPIAH

Bayu Kresna Satriawan

201410415015

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Adapun judul Skripsi ini adalah *Pengaruh Slogan "Independen | Terpercaya" Terhadap Citra Kompas TV Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jaya Bekasi Angkatan 2014.*

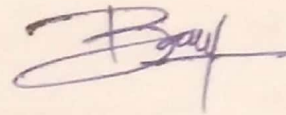
Dalam penyusunan skripsi ini penulis menemukan beberapa kesulitan, namun berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta Ibu & Ayah yang selalu berdoa untuk kelancaran penulis, dan tak hentinya memberi dukungan dan nasihat.

Penyusunan skripsi ini penulis mendapat bimbingan dari beberapa pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang terutama untuk:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. (c). H. Bambang Karsono SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Rina Sovianti S.I.P., M.I.Kom selaku pembimbing I dan Bapak Novrian S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II penulis di Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman penulis yang telah berjuang bersama di Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 terutama kelas D/ sore. Sahabat penulis di *Dialogekita* (Syarifah, Errol, Catur).
6. Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebutkan satu-persatu sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan Alhamdulillah, semoga Allah SWT senantiasa selalu menyertai langkah penulis. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Jakarta, 31 Juli 2018



Bayu Kresna Satriawan

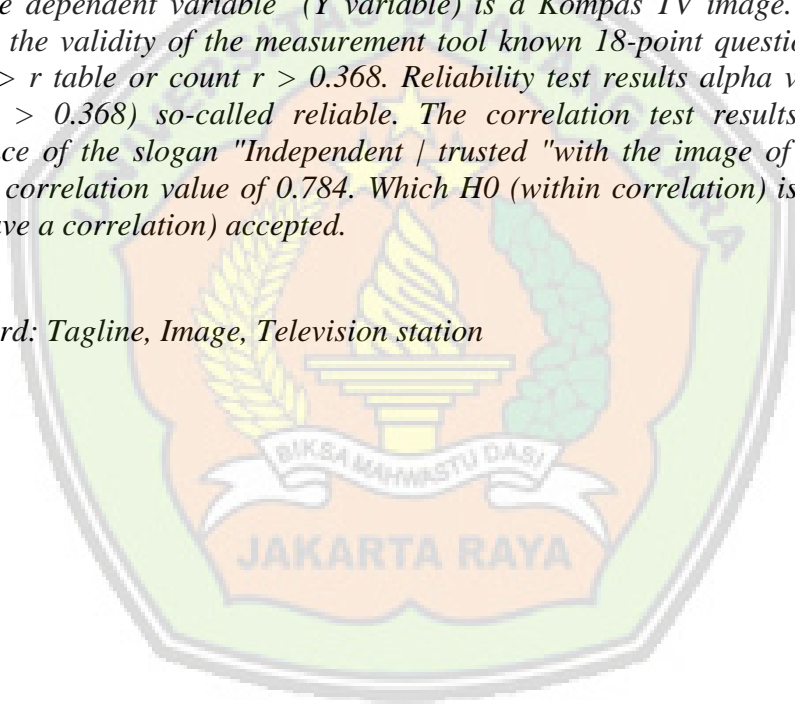


ABSTRACT

Bayu Kresna Satriawan, 201410415015. *The Influence of the Tagline “Independent | Trusted” to the image of Kompas TV to College Students of Faculty of Communication Sciences The 2014th level of Bhayangkara Jaya Bekasi University.*

Kompas TV uses the word of “independent | trusted” in the tagline when the situation is going on some private television stations broadcast of content that interest the group or the owner of the media. The main objective in this reseach is the author wants to explain the influence of tagline “Independent | Trusted” to the image of Kompas TV. This research uses quantitative method with survey research explanation approach. The method is used to test of a particular theory of S-O-R (Stimulus Organism Response) and explain the relationship between two variables. The number of samples or respondents in this study is 60 people. The independent variable (X variable) in this study is tagline “independent | trusted” and the dependent variable (Y variable) is a Kompas TV image. Results from testing the validity of the measurement tool known 18-point question valid for $r_{count} > r_{table}$ or count $r > 0.368$. Reliability test results alpha values > 0.368 ($0.924 > 0.368$) so-called reliable. The correlation test results showed the influence of the slogan "Independent | trusted "with the image of Compass TV with a correlation value of 0.784. Which H_0 (within correlation) is rejected and H_a (have a correlation) accepted.

Keyword: Tagline, Image, Television station

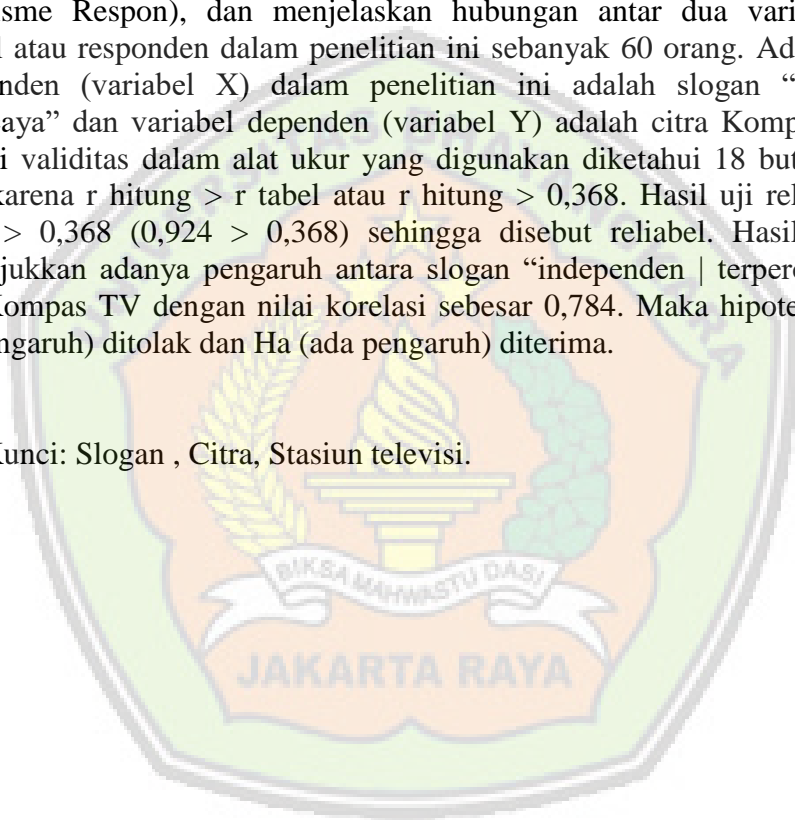


ABSTRAK

Bayu Kresna Satriawan, 201410415015. Pengaruh Slogan “Independen | Terpercaya” terhadap Citra Kompas TV Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jaya Bekasi Angkatan 2014.

Kompas TV mengusung kata “independen | terpercaya” dalam slogannya disaat sedang terjadi situasi beberapa stasiun televisi swasta menayangkan konten yang berbau kepentingan golongan atau kelompok (partai) si pemilik media. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui pengaruh slogan “Independen | Terpercaya” terhadap citra Kompas TV. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian eksplanasi survey. Metode ini digunakan untuk menguji teori tertentu yaitu S-O-R (Stimulus Organisme Respon), dan menjelaskan hubungan antar dua variabel. Jumlah sampel atau responden dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Adapun variabel independen (variabel X) dalam penelitian ini adalah slogan “independen | terpercaya” dan variabel dependen (variabel Y) adalah citra Kompas TV. Hasil dari uji validitas dalam alat ukur yang digunakan diketahui 18 butir pertanyaan valid karena r hitung $>$ r tabel atau r hitung $>$ 0,368. Hasil uji reliabilitas nilai $\alpha >$ 0,368 ($0,924 >$ 0,368) sehingga disebut reliabel. Hasil uji korelasi menunjukkan adanya pengaruh antara slogan “independen | terpercaya” dengan citra Kompas TV dengan nilai korelasi sebesar 0,784. Maka hipotesis H_0 (tidak ada pengaruh) ditolak dan H_a (ada pengaruh) diterima.

Kata Kunci: Slogan , Citra, Stasiun televisi.



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Secara Teoritis	7
1.5.2 Secara Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Komunikasi Massa	8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	9
2.2 <i>Brand</i>	10
2.2.1 Slogan	11

2.3	Citra	14
2.3.1	Faktor Pembentuk Citra	14
2.3.2	Citra Perusahaan	15
2.3.3	Proses Pembentukan Citra Positif	16
2.4	Media Massa	17
2.4.1	Televisi	18
2.4.2	Fungsi Televisi	18
2.4.3	Stasiun Televisi	19
2.4.4	Program Acara Televisi	20
2.5	Penelitian Terdahulu	22
2.6	Kerangka Teori	24
2.6.1	Teori Stimulus Organisme Respon (S-O-R)	24
2.7	Kerangka Pemikiran	26
2.8	Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1	Metode Penelitian	28
3.2	Variabel Penelitian	29
3.2.1	Operasional Variabel X	29
3.2.2	Operasional Variabel Y	32
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5	Skala Pengukuran	38
3.5.1	Skala Likert	39
3.6	Teknik Analisis Data	39
3.6.1	Validitas Penelitian	40
3.6.2	Reliabilitas	41
3.6.3	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	42

3.6.4	Uji Hipotesis	45
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Gambaran Umum Kompas TV	47
4.1.2	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
4.1.3	Fakultas Ilmu Komunikasi	49
4.1.4	Karakteristik Responden	53
4.1.5	Variabel X (Slogan)	56
4.1.6	Variabel Y (Citra)	63
4.1.7	Hasil Uji Hipotesis	68
4.1.8	Hasil Wawancara	70
4.2	Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel X	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y	33
Tabel 3.3 Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X	42
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	43
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 3.7 Hasil Uji Korelasi	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Frekuensi Lama Waktu Menonton Kompas TV	54
Tabel 4.3 Waktu Menonton Berita	54
Tabel 4.4 Responden yang Menonton Program Berita	55
Tabel 4.5 Tema Berita yang Disukai	56
Tabel 4.6 P1	57
Tabel 4.7 P2	57
Tabel 4.8 P3	58
Tabel 4.9 P4	59
Tabel 4.10 P5	59
Tabel 4.11 P6	60
Tabel 4.12 P7	60
Tabel 4.13 P8	61
Tabel 4.14 P9	62
Tabel 4.15 P10	62

Tabel 4.16 P11	63
Tabel 4.17 Q1	64
Tabel 4.18 Q2	64
Tabel 4.19 Q3	65
Tabel 4.20 Q4	66
Tabel 4.21 Q5	66
Tabel 4.22 Q6	67
Tabel 4.23 Q7	68
Tabel 4.24 Uji Regresi Linier Sederhana	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perubahan Slogan Kompas TV.....	4
Gambar 2.1 Proses Pembentukan Citra	16
Gambar 4.1 Logo Kompas TV	49
Gambar 4.2 Perubahan Slogan dan ukuran font Kompas TV.....	50
Gambar 4.3 Iklan Slogan Setelah Program Acara Selesai	73

