

**PENGARUH ISI PESAN IKLAN "WIB SPESIAL
ULANG TAHUN TOKOPEDIA KE-11" DI YOUTUBE
TERHADAP MINAT BERBELANJA *ONLINE*
MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

SKRIPSI

**Oleh:
Azka Dewa Bagus Mahesa
201610415242**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

**PENGARUH ISI PESAN IKLAN "WIB SPESIAL
ULANG TAHUN TOKOPEDIA KE-11" DI YOUTUBE
TERHADAP MINAT BERBELANJA *ONLINE*
MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

SKRIPSI



Oleh:
Azka Dewa Bagus Mahesa
201610415242

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Isi Pesan Iklan "WIB SPESIAL
ULANG TAHUN TOKOPEDIA KE-11" di
YouTube Terhadap Minat Berbelanja *Online*
Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nama Mahasiswa : Azka Dewa Bagus Mahesa

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415242

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

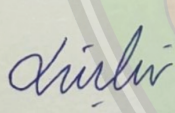
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Desember 2021

Jakarta, 23 Desember 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Dwinarko, M.M., M.H.

NIDN. 0312026604


Azhar Irfansyah, S.IP., M.A

NIDN. 0308108905

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Isi Pesan Iklan "WIB SPESIAL
ULANG TAHUN TOKOPEDIA KE-11" di
YouTube Terhadap Minat Berbelanja Online
Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nama Mahasiswa : Azka Dewa Bagus Mahesa

Nomor Pokok Mahasiswa : 20161045242

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Desember 2021

Jakarta, 23 Desember 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Muhammad Husni Mubarak S.Pd, M.Ikom

NIDN. 0414128601

Penguji I : Dr. Dwinarko, M.M., M.H

NIDN. 0312026604

Penguji II : Annisa Eka Syafrina S.I.Kom, M.Si

NIDN. 0312079501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1904409

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

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Isi Pesan Iklan "WIB SPESIAL ULANG TAHUN TOKOPEDIA KE-11" di *YouTube* Terhadap Minat Berbelanja Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya** 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 digandakan 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, 23 Desember 2021

Yang Membuat Pernyataan



Azka Dewa Bagus Mahesa

201610415242

ABSTRAK

Azka Dewa Bagus Mahesa. 201610415242. Pengaruh Isi Pesan Iklan " Wib Spesial Ulang Tahun Tokopedia Ke-11" di *YouTube* Terhadap Minat Berbelanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan apakah terdapat “pengaruh” dalam isi pesan iklan "Wib Spesial Ulang Tahun Tokopedia Ke-11" di *YouTube* Terhadap Minat Berbelanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori AIDCA. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2017. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 72 responden dengan rumus slovin sebesar 10%. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *probability sampling* atau *simple random sampling*. Penulis menggunakan skala likert sebagai alat ukur jenjang pendapat responden.

Kata Kunci: Iklan YouTube, Tokopedia, Teori AIDCA



ABSTRACT

Azka Dewa Bagus Mahesa. 201610415242. *The Effect Message of Advertising "Tokopedia's 11th Birthday Special Wib" on YouTube on Online Shopping Interests in Students of the Faculty of Communication Sciences, Bhayangkara University, Greater Jakarta*

This study aims to find out and explain whether there is an "influence" in the "Tokopedia 11th Birthday Special Wib" advertisement message on YouTube on the Online Shopping Interest of Students of the Faculty of Communication Sciences, Bhayangkara University, Greater Jakarta. In this study the author uses the AIDCA theory. In this study the authors used quantitative methods. The data collection technique in this study used questionnaires to students of the Faculty of Communication Science class 2017. This study used a sample of 72 respondents with a 10% slovin formula. Researchers used a sampling technique with probability sampling or simple random sampling. The author uses a Likert scale as a measuring instrument for the level of respondents' opinions. This study uses construct validity because the scale measured reflects the concept being measured. In Variable X there are 17 valid statements, while in Variable Y there are 10 valid statements.

Keywords: Youtube Ads, Tokopedia, AIDCA Theory



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi ALLAH SWT, yang telah memberikan rahmatnya dan hidayah-nya kepada penulis, sehingga penulis dapat melaksanakan kegiatan Penelitian dan Pembuatan Skripsi dengan judul Pengaruh Isi Pesan Iklan "WIB SPESIAL ULANG TAHUN TOKOPEDIA KE-11" di *YouTube* Terhadap Minat Berbelanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang penulis harapkan. Tak lupa ucapan terima kasih yang sebesar besarnya penulis haturkan kepada kedua orang tua penulis, Yaitu Ayahanda tercinta Bapak Wahyudi Atma dan Ibunda tersayang Ibu Muslikhah yang senantiasa memberikan dukungan dan doa restu kepada penulis. Penulis juga mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

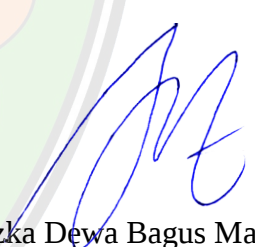
1. Bapak Irjen Pol (purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Dr. Dwinarko, Drs, M.M, M.H selaku Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan banyak bimbingan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu
5. Bapak Azhar Irfansyah, S.IP., M.A selaku Dosen Pembimbing dua yang telah memberikan banyak bimbingan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu
6. Bapak beserta Ibu Dosen Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademik yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses penulisan penelitian skripsi

7. Saudara, Kerabat serta teman penulis yaitu Andriyanto, Ginanjar, Asadulloh, Oktavianne, Bella Nusa Bangsa, Chika Rachma, Sekar Endah, Tri Wahyuni, Hilda Tri Vania, yang telah memberikan semangat, dukungan dan bantuan kepada penulis selama proses penelitian skripsi
8. Cindy Carrollina Anggraeni yang selalu membantu dan memberikan semangat dan perhatian yang lebih sehingga penulis bias menyelesaikan penelitian skripsi.

Penulis juga menyadari bahwa di dalam pelaksanaan Penelitian maupun penyusunan Skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga laporan penulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik. Akhir kata semoga Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Jakarta, 23 Desember 2021

Hormat saya


Azka Dewa Bagus Mahesa

201610415242

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Teoritis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep	9
2.2.1 Komunikasi	9
2.2.2 Periklanan	11

2.2.3 Iklan Sebagai Komunikasi Massa	14
2.2.4 Periklanan sebagai Kegiatan Promosi	14
2.2.5 Pemasaran Digital	15
2.2.6 Media Baru.....	16
2.2.7 Media Sosial.....	17
2.2.8 <i>YouTube</i>	17
2.2.9 Minat Beli.....	18
2.2.10 Indikator Minat Beli Konsumen	18
2.3 Kerangka Teori	19
2.4 Teori AIDCA.....	20
2.5 Kerangka Pemikiran	21
2.6 Hipotesis Penelitian	22
2.7 Hipotesa Mayor	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Variabel Penelitian.....	23
3.2.1 Variabel X	24
3.2.2 Variabel Y	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Analisis Pengumpulan Data.....	27
3.5.1 Uji Validitas	27
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.5.3 Analisis Korelasi	28
3.5.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.5.5 Regresi Linear Sederhana.....	31
3.5.6 Uji Hipotesis.....	31
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Subjek Penelitian	33
4.1.1 Gambaran Tokopedia	33
4.1.2 Logo Tokopedia	34
4.2 Karakteristik Responden.....	34
4.3 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	37
4.3.1 Variabel X	37
4.3.2 Variabel Y	49
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.5 Pembahasan	60
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Iklan Tokopedia “WIB”	3
Gambar 1.2 Grafik Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	4
Gambar 4.1 Iklan Tokopedia “WIB”	34
Gambar 4.2 Logo Tokopedia	34



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2: Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 3: Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 4: Form Perbaikan Skripsi



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel X.....	24
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y	25
Tabel 3.3 Butir Pernyataan Pearson Correlation Variabel X	29
Tabel 3.4 Butir Pernyataan Pearson Correlation Variabel Y	29
Tabel 3.5 Reliabilitas Penelitian	30
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas penelitian	30
Tabel 3.7 Hasil Uji Korelasi.....	30
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Durasi Menonton	36
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1	37
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2	38
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3	39
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4	39
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5	40
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6	41
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7	42
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8	42
Tabel 4.13 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9	43
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10	44

Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11	45
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12	45
Tabel 4.17 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13	46
Tabel 4.18 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14	47
Tabel 4.19 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15	48
Tabel 4.20 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 16	48
Tabel 4.21 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 17	49
Tabel 4.22 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1	50
Tabel 4.23 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2	51
Tabel 4.24 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3	51
Tabel 4.25 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4	52
Tabel 4.26 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5	53
Tabel 4.27 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6	54
Tabel 4.28 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7	54
Tabel 4.29 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8	55
Tabel 4.30 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9	56
Tabel 4.31 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10	56
Tabel 4.32 Variabel Entered	57
Tabel 4.33 Model Summary.....	58
Tabel 4.34 ANOVA	58
Tabel 4.35 Koefisien Analisis Regresi Sederhana	59

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran.....	22
-----------	-------------------------	----

