

**PENGARUH TERPAAN IKLAN POND'S VERSI
“MEN” TERHADAP MINAT BELI SISWA
LAKI-LAKI KELAS 10-11 DI SMA
NEGERI 18 KOTA BEKASI**

SKRIPSI

**Oleh :
Rafdina Eka Putri
201510415159**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

**PENGARUH TERPAAN IKLAN POND'S VERSI
“MEN” TERHADAP MINAT BELI SISWA
LAKI-LAKI KELAS 10-11 DI SMA
NEGERI 18 KOTA BEKASI**

SKRIPSI

**Oleh :
Rafdina Eka Putri
201510415159**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Pond's Versi "Men"
Terhadap Minat Beli Siswa Laki-Laki Kelas
10-11 Di SMA Negeri 18 Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Rafdina Eka Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415159

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2019

Pembimbing I



Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom

NID. 041310016

Jakarta, 26 Juli 2019

MENYETUJUI,



Pembimbing II



Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom

NID. 041808046

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Pond's Versi "Men"
Terhadap Minat Beli Siswa Laki-Laki Kelas
10-11 Di SMA Negeri 18 Kota Bekasi
Nama Mahasiswa : Rafdina Eka Putri
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415159
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2019

Jakarta, 26 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Erita Riski Putri, S.Sos, M.Si

NID. 041503027

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom

NID. 041310016

Penguji II : Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M

NID. 004150904

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

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

NIP. 1602244

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

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Pond’s Versi “Men” Terhadap Minat Beli Siswa Laki-Laki Kelas 10-11 Di SMA Negeri 18 Kota Bekasi”, 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 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 dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



Ratoina Eka Putri

201510415159

ABSTRAK

Rafdina Eka Putri. 201510415159. Pengaruh Terpaan Iklan Pond's Versi "Men" Terhadap Minat Beli Siswa Laki-Laki Kelas 10-11 di SMA Negeri 18 Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Terpaan Iklan Pond's Versi "Men" Terhadap Minat Beli Siswa Laki-Laki Kelas 10-11 di SMA Negeri 18 Kota Bekasi. Data yang diperoleh dari data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden terhadap kuesioner yang di sebar kepada 68 responden. Objek penelitian ini adalah responden siswa laki-laki kelas 10-11 di SMA Negeri 18 Kota Bekasi dengan menyebarkan kuesioner kepada responden tersebut, karena alat ukurnya berdasarkan responden, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Syarat responden pada penelitian ini adalah siswa laki-laki kelas 10-11 yang menonton ataupun memakai sabun cuci muka Pond's Men. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Pada uji determinasi terdapat pengaruh sebesar 43,5% variabel Minat Beli akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Terpaan Iklan. Sedangkan sisanya 56,5% variabel Minat Beli akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Terpaan Iklan secara parsial sangat berpengaruh tinggi dan signifikan terhadap Minat Beli Siswa Laki-Laki.

Kata Kunci: Terpaan Iklan, Minat Beli, Teori Media Exposure.

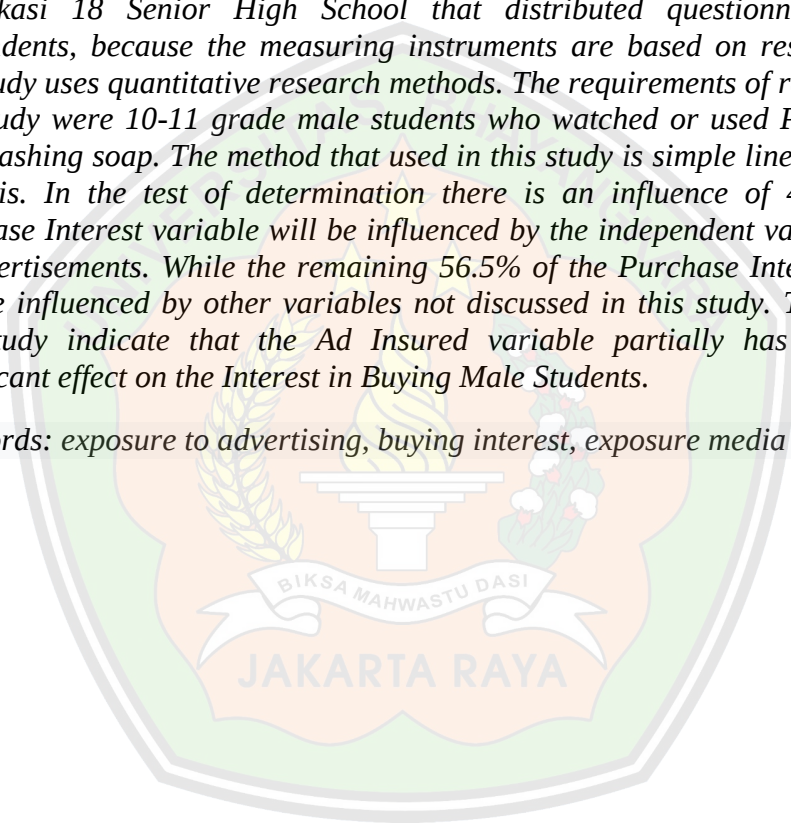


ABSTRACT

Rafdina Eka Putri. 201510415159. *The Effect Of The Advertising Exposure Of Pond's "Men" Version To The Buying Interest Of Male Students In 10-11 Grade In Bekasi 18 Senior High School.*

This research aims to determine how much the effect of the advertising exposure of Pond's "Men" version to buying interest of the Male students in 10-11 grade in Bekasi 18 Senior High School. Data obtained from primary data which is the result of respondents answers to the questionnaire distributed to 68 respondents. The object of this research is the respondents of 10-11 male students in Bekasi 18 Senior High School that distributed questionnaires to the respondents, because the measuring instruments are based on respondents, so this study uses quantitative research methods. The requirements of respondents in this study were 10-11 grade male students who watched or used Pond's Men 's face washing soap. The method that used in this study is simple linear regression analysis. In the test of determination there is an influence of 43.5% of the Purchase Interest variable will be influenced by the independent variable, which is Advertisements. While the remaining 56.5% of the Purchase Interest variable will be influenced by other variables not discussed in this study. The results of this study indicate that the Ad Insured variable partially has a high and significant effect on the Interest in Buying Male Students.

Keywords: exposure to advertising, buying interest, exposure media theory.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena atas Rahmat dan pertolongan-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Pond’s Versi “Men” Terhadap Minat Beli Siswa Laki-laki Kelas 10-11 Di SMA Negeri 18 Kota Bekasi. Sholawat serta salam peneliti haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta segenap keluarga dan sahabatnya hingga akhir nanti.

Rasa terimakasih yang besar juga peneliti tuturkan bagi kedua orang tua, keluarga dan teman-teman yang memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya bagi peneliti. Skripsi ini dilakukan sebagai bagian dari keseluruhan penelitian bagi mahasiswa untuk memenuhi syarat kelulusan.

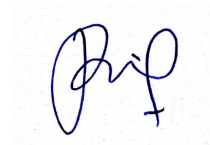
Terlaksananya kegiatan ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jaya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing 1 Skripsi.
6. Ibu Rr. Dinar Soelistyowati S.Sos., M.M., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing 2 Skripsi.
7. Reni Yosefa, S. Pd, M.Si selaku Kepala Sekolah Sekolah SMA Negeri 18 Kota Bekasi.
8. Adik-adik siswa kelas 10-11 SMA Negeri 18 Kota Bekasi selaku responden dari penelitian ini.

9. Teman-teman dari Paguyuban: Novia, Ismi, Maulida, Yofi, Flo, Ika, Janet, Fany, dan Puspa yang selama 4 tahun ini menjadi teman susah maupun senang selama peneliti menempuh pendidikan.
10. Teman-teman dari *Sehr Wichtig*: Nissa, Dwira, Firda, Siti, Etha, Shabrina, Ipeh yang membantu menyemangati peneliti menyelesaikan proses pembuatan skripsi ini hingga selesai.
11. Teman-teman dari NL: Tika, Arya, Fachmy, Isel, Atika, Gita, Devi yang menjadi tempat berkeluh kesah peneliti selama membuat penelitian ini.
12. Teman-teman dari Luniezmulik: Dea, Isna, Citra yang senantiasa selalu mendukung dan menyemangati peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini hingga tepat waktu.
13. Dwi Indah Arini yang senantiasa membantu mengajarkan peneliti untuk menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
14. Chandra Budiarti yang senantiasa membantu mencari dan menemani peneliti untuk observasi ke lokasi tempat penelitian.
15. Putri Romadhoni yang memberikan dan menyarankan judul skripsi ini kepada peneliti.
16. Felix Hendrawan yang senantiasa menemani, membantu dan selalu menyemangati peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini serta memberikan saran jika peneliti ada kesulitan dari awal proses pembuatan skripsi ini hingga selesai.
17. Teman-teman Fikom 2015 yang senantiasa berjuang bersama-sama, saling membantu menyelesaikan proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini selesai dibuat.
18. Teman-teman lainnya yang ada diluar kampus yang senantiasa selalu menyemangati peneliti dan meyakinkan peneliti agar bisa menyelesaikan kuliah tepat waktu.

Dalam pelaksanaan penelitian maupun penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Untuk itu peneliti menerima dan terbuka terhadap kritikan dan masukan agar dapat menjadi lebih baik ke depannya.

Jakarta, 26 Juli 2019



Rafdina Eka Putri



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan 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 Komunikasi	11

2.3	Komunikasi Massa	12
2.4	Media Massa	13
2.5	Terpaan.....	14
2.5.1	Aspek-Aspek Terpaan Iklan.....	15
2.6	Iklan	15
2.6.1	Tujuan Iklan	17
2.6.2	Jenis-Jenis Iklan	18
2.6.3	Iklan Televisi.....	20
2.6.4	Iklan Pond's	21
2.7	Minat Beli	23
2.7.1	Faktor Timbulnya Minat	25
2.8	Kerangka Teori.....	25
2.8.1	Teori Media Ekspose Massa (<i>Exposure Media Massa</i>).....	25
2.9	Model Kerangka Berpikir.....	26
2.10	Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Metode Penelitian.....	29
3.2	Operasional Variabel.....	30
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data	33
3.4.1	Kuesioner atau Angket	33
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	34

3.5	Sumber Data.....	34
3.5.1	Data Primer	34
3.6	Skala Pengukuran.....	34
3.6.1	Skala Likert	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Reliabilitas	37
3.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.9	Analisis Koefisien Korelasi	41
3.10	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
3.11	Uji Hipotesis	42
3.12	Lokasi dan Waktu Penelitian	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Profil Sekolah SMA Negeri 18 Kota Bekasi.....	43
4.1.1	Visi dan Misi.....	43
4.1.2	Struktur Organisasi	44
4.1.3	Sarana dan Prasarana.....	44
4.2	Karakteristik Variabel	45
4.2.1	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Terpaan Iklan	45
4.2.2	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	51
4.3	Uji Instrumen Penelitian	57
4.3.1	Uji Validitas	57
4.3.2	Uji Reliabilitas	59

4.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	60
4.4.1	Persamaan Regresi	60
4.5	Koefisien Determinasi.....	61
4.6	Pengujian Hipotesis.....	62
4.6.1	Hasil Uji T.....	62
4.7	Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		59
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	26
Bagan 4.1 Struktur Organisasi SMA Negeri 18 Kota Bekasi	44



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Sekolah SMA Negeri 18 Kota Bekasi.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Form Perbaikan

Lampiran 2 : Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3 : Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1&2

Lampiran 4 : Pra-Kuesioner

Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 6 : Tabel Matriks Variabel X dan Y

Lampiran 7 : Tabulasi Data

Lampiran 8 : Dokumentasi



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top 10 Perusahaan Kosmetik Terbesar Di Indonesia	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Populasi dan Sampel Siswa.....	31
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	37
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel	38
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel	39
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.1 Frekuensi Variabel Terpaan Iklan (X)	45
Tabel 4.2 Pernyataan X1	46
Tabel 4.3 Pernyataan X2	46
Tabel 4.4 Pernyataan X3	47
Tabel 4.5 Pernyataan X4	47
Tabel 4.6 Pernyataan X5	48
Tabel 4.7 Pernyataan X6	48
Tabel 4.8 Pernyataan X7	49
Tabel 4.9 Pernyataan X8	49
Tabel 4.10 Pernyataan X9	50
Tabel 4.11 Pernyataan X10	50
Tabel 4.12 Pernyataan X11	51
Tabel 4.13 Frekuensi Variabel Minat Beli (Y)	52

Tabel 4.14 Pernyataan Y2	52
Tabel 4.15 Pernyataan Y3	53
Tabel 4.16 Pernyataan Y4	53
Tabel 4.17 Pernyataan Y5	54
Tabel 4.18 Pernyataan Y6	54
Tabel 4.19 Pernyataan Y7	55
Tabel 4.20 Pernyataan Y8	55
Tabel 4.21 Pernyataan Y9	56
Tabel 4.22 Pernyataan Y11	56
Tabel 4.23 Pernyataan Y13	57
Tabel 4.24 Uji Validitas Variabel	58
Tabel 4.25 Uji Reliabilitas Variabel.....	60
Tabel 4.26 Persamaan Hasil Regresi.....	60
Tabel 4.27 Koefisien Determinasi.....	61