

**PENGUKURAN EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI
BANK MUAMALAT INDONESIA (BMI)
DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN EPIC MODEL**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Strata Satu
pada Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh :

GIRIANDRA

NPM : 20070730036

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
JURUSAN EKONOMI DAN PERBANKAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

**PENGUKURAN EFEKTIVITAS PERIKLANAN
BANK MUAMALAT INDONESIA (BMI)
DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN EPIC MODEL**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I) Strata Satu
pada Fakultas Agama Islam
Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam (Syariah)
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Disusun Oleh :

GIRIANDRA

NPM: 20070730036

**JURUSAN EKONOMI DAN PERBANKAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

NOTA DINAS

Lampiran : 4 esk. Skripsi

Yogyakarta, 26 Juli 2012

Hal : Persetujuan

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : **Giriandra**

NPM : **20070730036**

Judul : **PENGUKURAN EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI BANK MUAMALAT INDONESIA (BMI) DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN EPIC MODEL.**

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasyahkan.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing

Sri Handari

PENGESAHAN

Skripsi berjudul

PENGUKURAN EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI BANK MUAMALAT INDONESIA (BMI) DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN EPIC MODEL

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Giriandra**
NPM : **200707300376**

Telah dimunaqasyahkan di depan Sidang Munaqasyah Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam pada tanggal 2 Agustus 2012 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Sidang Dewan Munaqasyah

Ketua Sidang : Miftahul Khasanah, STP, MSI (.....)
Pembimbing : RR. Sri Handari, SE, MSI (.....)
Penguji : Dr. H.M. Nurul. Yamien, Drs., M.Si (.....)

Yogyakarta, 8 Oktober 2012

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dekan

(**Dr.H.Nawari Ismail, M.Ag**)

HALAMAN MOTTO

Kebahagiaanmu tidak ditentukan oleh orang lain, tapi oleh dirimu sendiri. Apa yang kamu lakukan hari ini, tentukan bahagia masa depanmu.

Allah menganugerahkan al-hikmah (kepahaman yang dalam tentang Al-Qur'an dan As-Sunnah) kepada siapa yang Dia kehendaki. Barangsiapa dianugerahi al-hikmah itu, ia benar-benar telah dianugerahi karunia yang banyak. Hanya orang-orang yang berakallah yang dapat mengambil pelajaran (dari firman Allah).

(al-Baqarah: 269)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk kedua orang tuaku yang sangat aku sayangi dan kedua saudaraku Bang Tinton dan adikku Nanda Khairy. Atas dukungan dan motivasi kalian aku bisa menyelesaikan skripsi ini karena selalu diiringi cinta dan kasih sayang kalian kepadaku. Tiada hal terindah bagiku kecuali untuk membahagiakan semua

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan limpahan nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengukuran Efektifitas Iklan Televisi Bank Muamalat Indonesia (BMI) Dengan Menggunakan Pendekatan EPIC Model”. Shalawat serta salam tetap terhaturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah berjasa mempertahankan agama yang *haq* untuk kita umatnya, sehingga waktu demi waktu selalu dalam bimbingan beliau, semoga syafaatnya memberikan cahaya di akhir kelak nanti.

Amin ya Rabbal' alamiin.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.EI) Strata Satu pada Fakultas Agama Islam Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, motivasi, pengarahan serta doa dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayahanda tercinta Yulianto, S.H dan Ibunda tercinta Mailina yang selalu berdoa mendukung untuk kapanpun, dimanapun, dan dalam situasi apapun dengan penuh rasa cinta dan sayang engkau selalu mengharapakan agar buah hatimu menjadi orang yang bermanfaat kelak. Amin Ya Rabb.

2. Kakak dan adikku tersayang Tinton Prakarsa dan Nanda Khairy yang selalu memberikan doa, motivasi dan semangat bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Dasron Hamid, M. Sc, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Nawari Ismail selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Yogyakarta.
5. Ibu Miftahul Khasanah S. TP, MSI, selaku Kepala Jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Bapak Drs. Muh. Mas'udi, M.Ag selaku Dosen Pembimbing akademik.
7. Ibu Sri Handari, SE, MSI selaku Dosen Pembimbing skripsiku yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penyusunan skripsiku.
8. Bapak Dr. H.M. Nurul. Yamien, Drs., M.Si selaku dosen penguji pada ujian skripsiku dan juga sebagai pembimbing revisi ujian skripsiku.
9. Bapak/ibu dosen, serta seluruh staf Tata Usaha dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
10. Dua rekan pembahas dalam seminar proposal skripsi : Jalalludin dan Bang Husni.
11. Keluarga besarku di Bengkulu dan di Padang yang sudah banyak memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat terbaikku sekaligus teman seperjuanganku Bayu Indria Jati yang banyak memberikan nasehat ketika skripsi ini belum selesai. Semoga selalu sukses dalam berkarir. Amin
13. Teman-teman seperjuangan : Revita, Nia, Luxmi, Tafsilia, Flora, Cicik, Ana, Nana, Astuti, Rohana, Amel, Rully, Khusna, Puput, Ria, Ayu, Rea, Katra, Reza, Eko, Adli, Dwi, Zen, Nasrizen, Irwan, Andi, Devi, Jun, Agan, Mohan, Danu, Faisol, dan

Rais. Terimakasih atas dukungan, dan kenangan terindah semasa kuliah. Terutama untuk sahabat dan rekan seangkatan almh. Wahyu Ratnaningsih, selamat jalan kawan, terimakasih atas dukungan semasa kuliah yang telah kita lewati bersama.

14. Teman-teman kos mataram dan alumni kos mataram yang sudahku anggap seperti keluarga sendiri. Tempat dimana awal aku di jogja. Banyak pengalaman yang berharga ketika aku kos di Mataram sampai saya sudah tidak kos lagi di Mataram. Semoga selalu kompak dan semakin maju tim futsalnya. Amin
15. Sahabat-sahabat terbaikku di Bengkulu yang telah banyak memberikan aku dukungan tinggi dalam menyelesaikan kuliah.
16. Teman-teman Akusara Band dan pendukungnya (Bang Aji, Bang Joko, Reta, Bang Harry, Mbak Lia, Mbak Erna, Bang Andi Historia, Bang Pungki, Bang Ega Blackout, Mbak Maria). Terus tetap kompak dan semangat untuk meraih kesuksesan.
17. UKM Musik UMY, FIES UMY, dan FosSEI regional Yogyakarta yang telah memberikanku banyak ilmu dan pengalaman yang baik.
18. Teman – teman kontrakanku : Bang Kardi, Bang Putra, Mbak Winda, Bang Haris, Putra, Bayu.
19. Teman-teman kos Ibu Tery : Dedi, Ridwan, Fauzi, Arif, Mas Beni, Arka, Mas Erwin, Mas Tato, Bang Putra, Miko, King, Tama, Pakde kos, Ibu dan bapak kos,
20. Teman - teman kos Pak Dwijo yang selalu memberikan warna padaku sehingga bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
21. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk lebih menyempurnakan skripsi ini dimasa mendatang penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dengan harapan agar dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan .

Bagaimana pun sederhana skripsi ini, semoga dapat berguna bagi semua pihak dalam proses menerapkan ilmu yang penulis dapatkan di bangku kuliah, paling tidak skripsi ini diharapkan mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 8 Oktober 2012

Penulis

Giriandra

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
BAB II. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	
A. Tujuan Penelitian	6
B. Kegunaan Penelitian	6
BAB III. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	7
B. Kerangka Teoritik	11
BAB IV. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	18

B. Populasi dan sampel --	18
C. Jenis Data	20
D. Teknik Pengumpulan Data	20
E. Uji Kualitas Instrumen	21
F. Teknik analisis Data	24
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Bank Muamalat Indonesia	-29
B. Proses Penyebaran Kuesioner	48
C. Hasil Penelitian	49
BAB VI. PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Keterbatasan Penelitian	78
C. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Jenis kelamin responden -----	50
Tabel 5.2	Fakultas Responden -----	50
Tabel 5.3	Aktif menjadi nasabah Bank Konvensional -----	51
Tabel 5.4	Aktif menjadi nasabah Bank Syariah -----	52
Tabel 5.5	Nama Bank Syariah yang paling diingat -----	53
Tabel 5.6	Nama Bank Syariah apa yang diingat selain Bank Syariah tersebut -----	54
Tabel 5.7	Apakah anda mengenal Bank Muamalat Indonesia (BMI) -----	55
Tabel 5.8	Apakah anda pernah melihat Iklan Bank Muamalat Indonesia ----	55
Tabel 5.9	Darimana anda tahu produk-produk Bank Muamalat Indonesia selain dari iklan televisi -----	56
Tabel 5.10	Apakah Anda sudah tertarik dengan produk-produk Bank Muamalat Indonesia sebelum melihat iklan televisi Bank Muamalat Indonesia -----	57
Tabel 5.11	Dimensi <i>Empathy</i> Responden Terhadap Iklan televisi Bank Muamalat Indonesia-----	61
Tabel 5.12	Dimensi <i>Persuasion</i> Responden Terhadap Iklan televisi Bank muamalat Indonesia-----	63
Tabel 5.13	Dimensi <i>Impact</i> Responden Terhadap Iklan televisi Bank Muamalat Indonesia -----	65
Tabel 5.14	Dimensi <i>Communication</i> Responden Terhadap Iklan televisi Bank Muamalat Indonesia-----	67

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia -----	33
Gambar 5.1 grafik <i>EPIC Model</i> iklan Televisi Bank Muamalat Indonesia-----	69

ABSTRAK

EPIC Model adalah salah satu alat ukur efektifitas iklan dengan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh AC-Nielsen salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia, yang mencakup empat dimensi kritis, yaitu: empati, persuasi, dampak, dan komunikasi (*Empathy, Persuasion, Impact, and Comunication - EPIC*). Pengukuran ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas iklan televisi Bank Muamalat Indonesia (BMI) jika dianalisa dengan menggunakan pendekatan EPIC Model

Dari penelitian yang diangkat, penulis menggunakan metode penelitian *kuantitatif*. Adapun jenis penelitian ini termasuk penelitian survey. Penelitian ini dilakukan terhadap 41 responden di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Metode pengambilan sample yang digunakan adalah teknik pengambilan sample non probabilitas yaitu tidak ada peluang yang sama setiap populasi untuk menjadi sample, karena ditentukan oleh peneliti. Jenis pengambilan sample non probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling. Teknik ini disebut juga judgemental sampling atau sample pertimbangan tujuan.

Hasil yang diperoleh dari pengukuran efektifitas iklan televisi Bank Muamalat Indonesia yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan menggunakan pendekatan EPIC Model maka diperoleh hasil sebagai berikut, Pada dimensi empati memperoleh nilai **4,721** yang menurut EPIC Model masuk dalam rentang skala efektif, pada dimensi persuasi memperoleh nilai **3.317** yang menurut EPIC Model masuk dalam rentang skala tidak efektif, pada dimensi impact memperoleh nilai **3.863**. yang menurut EPIC Model masuk dalam rentang skala cukup efektif, dan pada dimensi komunikasi memperoleh nilai **4.439** yang menurut EPIC Model masuk dalam rentang skala efektif.