

**PENGARUH ANTARA INTENSITAS MENONTON IKLAN
YAMAHA VERSI JUPITER MX TERHADAP TINGKAT
KESADARAN ANGGOTA FANS CLUB YAMAHA TENTANG
MEREK YAMAHA**

(Studi Korelasi Antara Intensitas Menonton Iklan Yamaha Versi Jupiter MX
Terhadap Tingkat Kesadaran Anggota Fans Club Yamaha Pada Jupiter Cast
Whell Club Di Yogyakarta Tentang Merek Yamaha)

SEKRIPSI



Di Susun Oleh:

Nama : FITRI HARTATI
No. MHS : 20030530221

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008**

SKRIPSI

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON IKLAN YAMAHA VERSI
JUPITER MX TERHADAP TINGKAT KESADARAN ANGGOTA FANS
CLUB YAMAHA TENTANG MEREK YAMAHA
(Studi Korelasi Antara Intensitas Menonton Iklan Yamaha Versi Jupiter MX
Terhadap Tingkat Kesadaran Anggota Fans Club Yamaha Pada Jupiter Cast
Wheel Club Di Yogyakarta Tentang Merek Yamaha)**

**- Di Susun Oleh:
FITRI HARTATI
20030530221**



Di Setujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Suciati'.

Suciati S.Sos, M.Si

Dosen Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yeni Rosilawati'.

Yeni Rosilawati S.IP, S.E,MM

SKRIPSI

RESEARCH INTENSITAS MEMORISASI KATA PADA
LEMBAR SUK TERHADAP TINGKAT KEARIFAN ANGGOTA PAKS
CLUB YA MHA TENTARA MERDEKA YA MHA
(Studi Kasus Antara Inter-klas Mestran Hutan Yama Kupa 71X
Terdapat Tingkat Kesadaran Anggota Fans Club Yama Pada Lembar Cas
Wah (Club Di Yogyakarta Tengah Merak Yama)

Di Sana Oleh:
FITRI HIKMATI
20030230231

Di Sana Oleh:

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

Yoni Kusumawati S.P. S.E.M.A.I

Reza Rizki Rizki

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Pada:

Hari / Tanggal : Selasa 9 Januari 2008
Pukul : 10.00 – 12.00 WIB
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi UMY

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua


Suciati S.Sos, M.Si

Penguji I


Yeni Rosilawati S.IP, S.E,MM

Penguji II


Aswad Ishak S.IP

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (SI)
Tanggal : 9 Januari 2008




Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos, M.Si
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Kelompok dan Komunikasi
Tim Hutan dan Kehutanan, 2002, M21

Tanggal : 9 Januari 2008
berdasarkan untuk memperoleh hasil. Sarjana (S1)
skripsi ini telah diberikan kepada salah satu

Tim Hutan dan Kehutanan S1P, 2002, M21

Tim Hutan dan Kehutanan S1P

Penyaji I

Penyaji II

Salah satu 2002, M21

Kelompok

SARJANA TIM PENYAJI

Tempat : Ruang Mesyuarat Ilmu Komunikasi UMY
Waktu : 10.00 - 12.00 WIB
Tanggal : 2008

Pada:
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tim Hutan dan Kehutanan dan Komunikasi
Ilmu Komunikasi dan Kehutanan UMY
Telah dipertahankan dan diberikan di salah satu

SKRIPSI

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr.Wb

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang atas perkenanya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Intensitas Menonton Iklan Yamaha Jupiter MX Terhadap Tingkat Kesadaran Anggota Fans Club Yamaha Tentang Merek Yamaha”.

Demikian skripsi ini penulis tulis dalam rangka memenuhi tugas akhir (skripsi) sebagai pelengkap perkuliahan sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah di uji dengan dewan penguji.

Penulis sadar dengan sepenuhnya, meskipun penulis telah berusaha semampu penulis namun karya ini jauh dari sempurna untuk dapat memberikan gambaran suatu informasi yang lengkap kepada pembaca.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah secara langsung maupun tidak langsung memberikan bantuan kepada penulis.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Tri Hastuti Nur, SIP, M.Si, Selaku ketua Jurusan Komunikasi UMY.

Terimakasih atas semuanya.

2. Suciati, S.Sos, M.Si, selaku pembimbing utama. Terimakasih atas

3. Yeni Rosilawati S.IP, S.E,MM selaku pembimbing pendamping.
Terimakasih atas bimbingannya dan melatih kesabaran saya.
4. Aswad Ishak, S.IP selaku dosen penguji. Terimakasih atas saran, masukan dan kritiknya. (Pertahankan senyum manis moe pa'..)
5. Jajaran dosen komunikasi UMY. Tiada kata yang mampu terucap selain kalimat "terimakasih" atas curahan ilmunya yang telah diberikan selama ini. Semoga apa yang kami peroleh selama ini akan bermanfaat dikehidupan kami yang akan datang.....Aminnnn.
6. Pa' Jono alias koprál Jono, tempat bertanya dan sumber informasi Jurusan. Terimakasih ya pa' atas kebaikan hatinya udah mau ngladenin tingkah laku kita-kita ini. Mator nuhun sangettitt.

Wassalam. Wt. Wb

Penulis

(Fitri Hartati)

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik.
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations

Fitri Hartati 20030530221

Pengaruh Antara Intensitas Menonton Iklan Yamaha Versi Jupiter MX,
Terhadap Tingkat Kesadaran (Awareness) Anggota Fans Club Yamaha
Pada Jupiter Cast Wheel Club (JCC) Di Yogyakarta Tentang Merek
Yamaha.

Tahun Skripsi: 2008 xi + 100 hal + 10 hal lampiran + 28 hal tabel +
Daftar Kepustakaan : 17 buku + 1 artikel + 3 sumber online (2006-2007)

Studi ini berusaha menjelaskan mengenai bagaimana frekuensi menonton iklan dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk merek Yamaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara intensitas menonton iklan Yamaha versi Jupiter MX terhadap tingkat kesadaran (awareness) anggota fans club Yamaha (JCC) di Yogyakarta. Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu anggota fans club Yamaha (JCC) di Yogyakarta. Adapun alasan pemilihan ini karena, anggota fans club Yamaha ini memiliki ketertarikan dengan merek Yamaha dan terus mencari tahu informasi tentang produk dengan merek Yamaha melalui iklan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian korelasional yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih dengan cara menguji antara variabel yang dihipotesiskan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian survai yaitu mengambil data dari sebagian populasi untuk mewakili seluruh populasi, dan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data pokok. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif, yaitu teknik analisis data yang menggunakan pengukuran dan pembuktian-pembuktian khususnya pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan metode statistik. Dalam pengambilan sampel peneliti ini menggunakan metode *simple random sampling* (sample acak sedarhana) yaitu, sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau satuan elementer – elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Alasannya karena dalam populasi tersebut terdapat derajat keseragaman (*degree of homogeneity*). Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 60 responden. Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara intensitas menonton iklan Yamaha versi Jupiter MX terhadap tingkat kesadaran anggota Fans Club Yamaha (JCC) di Yogyakarta dengan koefisien korelasi sebesar 0,623. Variabel intensitas menonton iklan Yamaha Jupiter MX mampu menguak variabel tingkat kesadaran sebesar 38,8% sedangkan sisanya 61,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAKSI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori.....	8
E. 1 Periklanan	8
E. 2 Merek	15
E. 3 Kesadaran	18
E. 4 Televisi	20
E. 5 Model Iklan Di Televisi	23

F. Hipotesis.....	26
G. Kerangka Pemikiran.....	26
H. Definisi Konseptual.....	28
I. Definisi Operasional.....	30
J. Metode Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Lokasi Penelitian.....	34
3. Populasi.....	34
4. Sampel.....	35
5. Metode Pengumpulan Data.....	36
1). Penelitian Pustaka.....	36
2). Penelitian Lapangan.....	36
6. Teknik Pengukuran Skala.....	36
K. Metode Analisis Data.....	38
L. Uji Validitas dan Reabilitas.....	41
1. Uji Validitas.....	41
2. Uji Realibilitas.....	43
BAB II : TINJAUAN UMUM.....	44
A. Gambaran Umum.....	44
1. Sejarah Iklan.....	44
2. Pengertian, Fungsi, dan Tujuan Iklan.....	45
B. Gambaran Umum Yamaha.....	46

D. Profile J.C.C (Jupiter Cast Wheel Club)	51
BAB III : PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Penyajian Data	57
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
B. Analisis Deskriptif	61
a. Karakteristik Responden	61
b. Persebaran Jawaban Responden	62
C. Analisis Data.....	82
1. Analisis Korelasi Variabel X – Y	81
2. Uji Koefisien Korelasi	85
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	87
D. Pembahasan	92
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
A. Kesimpulan	98

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.2 : Hasil Uji Reabilitas	61
Tabel 3.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 3.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 3.5 : Tanggapan Responden Tentang Frekuensi Menonton Iklan	63
Tabel 3.6 : Tanggapan Responden Tentang Frekuensi Menonton Iklan	64
Tabel 3.7 : Tanggapan Responden Tentang Tingkat Perhatian Terhadap Iklan Dengan Melihat Kebaruan.....	65
Tabel 3.8 : Tanggapan Responden Tentang Tingkat Perhatian Terhadap Iklan Melalui Gerakan.....	66
Tabel 3.9 : Tanggapan Responden Tentang Tingkat Perhatian Terhadap Iklan Dengan Melihat Perulang	67
Tabel 3.10 : Tanggapan Responden Tentang Tingkat Perhatian Terhadap Iklan Dengan Melihat intensitas stimuli.....	68
Tabel 3.11 : Tanggapan Responden Tentang Tingkat Ketertarikan Terhadap Iklan Dengan Melihat Kebaruan.....	69
Tabel 3.12: Tanggapan Responden Tentang Tingkat Ketertarikan Terhadap Iklan Melalui Gerakan	70
Tabel 3.13: Tanggapan Responden Tentang Tingkat Ketertarikan Terhadap Iklan Dengan Melihat Perulangan.....	71

Tabel 3.14 : Tanggapan Responden Tentang Tingkat Ketertarikan Terhadap Iklan Dengan Melihat intensitas stimuli.....	72
Tabel 3.15 : Perhatian Responden Terhadap Ukuran (durasi) Pada Iklan	73
Tabel 3.16 : Perhatian Responden Terhadap Bintang Iklan Pada Iklan	74
Tabel 3.17 : Perhatian Responden Terhadap Slogan Pada Iklan	75
Tabel 3.18 : Ketertarikan Responden Dalam Mencari Tahu Merek Yamaha Lewat Media Massa	76
Tabel 3.19 : Ketertarikan Responden Dalam Mencari Tahu Merek Yamaha Lewat Teman	76
Tabel 3.20 : Ketertarikan Responden Dalam Mencari Tahu Merek Yamaha Lewat Orang Lain	77
Tabel 3.21 : Keinginan Responden Membeli Produk Merek Yamaha.....	78
Tabel 3.22 : Tanggapan Responden Dalam Menyimpan Dalam Ingatan Slogan Yamaha Dalam Iklan.....	79
Tabel 3. 23 : Tanggapan Responden Dalam Menyimpan Dalam Ingatan Bintang Iklan Yamaha	79
Tabel 3. 24 : Tanggapan Responden Dalam Menyimpan Dalam Ingatan Logo Yamaha Dalam Iklan.....	80
Tabel 3. 25 : Tanggapan Responden Dalam Menyimpan Dalam Ingatan Ciri-Ciri Produk Yamaha.....	81
Tabel 3.26 : Interpretasi Koefisien Korelasi (Guilford).....	82
Tabel 3. 27 : Hasil Perhitungan Korelasi X-Y.....	84
Tabel 3. 28 : Hasil Perhitungan Nilai t	86