

**KORELASI TERPAAN IKLAN SABUN LUX ANIMASI DI
TELEVISI DAN INTENSITAS BERKOMUNIKASI DENGAN
KELOMPOK ACUAN TERHADAP KESADARAN MEREK
KONSUMEN**

**(Studi Korelasi Antara Terpaan Iklan Sabun Lux Animasi di Televisi dan
Intensitas Berkomunikasi dengan Kelompok Acuan Terhadap Kesadaran
Merek di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi, Angkatan 2004-
2007, Fakultas ISIPOL, UMY)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

DEDDY OKTRIANDI
20030530146

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

2009

KORELASI TERPAAN Iklan Sardin Lux Animasi Di
TELEVISI DAN INTENSITAS BERKOMUNIKASI DENGAN
KELOMPOK ACUAN TERHADAP KESADARAN MEREK
KONSUMEN

(Studi Korelasi Antara Terpaan Iklan Sardin Lux Animasi Di Televisi dan
Intensitas Berkomunikasi dengan Kelompok Acuan Terhadap Kesadaran
Merek Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Angkatan 2004-
2007, Fakultas ISIPOL UMY)

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

DEDDY OKTRIANDI
50030230146

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2009

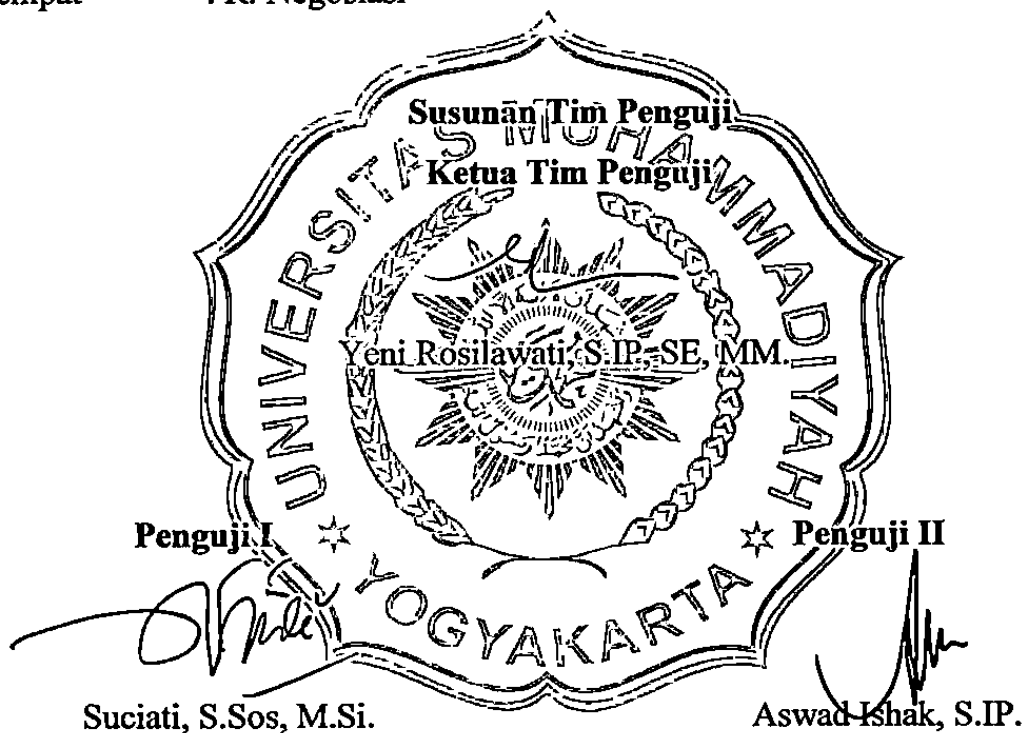
HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

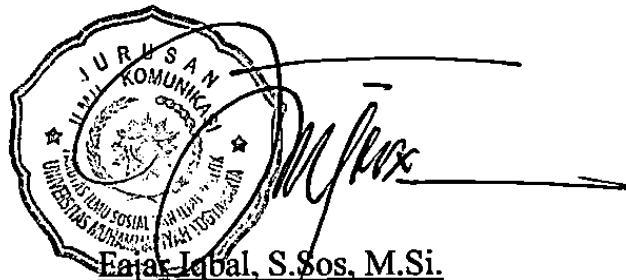
Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Tim Penguji Jurusan Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 7 Januari 2009
Tempat : R. Negosiasi



Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Pada Tanggal : 7 Januari 2009



" MOTTO "

Kesuksesan lahir bukan karena kebetulan atau keberuntungan semata. Sebuah kesuksesan terwujud karena diikhtiarkan, melalui perencanaan yang matang, keyakinan, kerja keras, keuletan dan niat baik

(NN)

Allah SWT tidak akan membebani seseorang atau umatnya melainkan sesuai dengan kemampuannya

(Al-Baqoroh : 286)

Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah

Karya kecilku ini aku persembahkan kepada :

❖ *Ibunda dan Ayahanda Tercinta*

❖ *Kakakku dan Adikku*

❖ *All My Big Family*

❖ *All My Best Friends*

PERSEMBAHAN

THANK' S TO

- Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang selalu mencintai dan telah memberikan kebahagiaan dan kenikmatan yang melimpah serta kemudahan dan kelancaran dalam mencapai semua yang hamba cita-cita dan inginkan. Ya Allah.. selalu tuntun hambamu ini dan jangan kau tinggalkan dalam keadaan apapun.
- Ibunda dan Ayahanda yang paling aku cintai dan sayangi yang selalu memberi kasih, perhatian, dukungan, dan doa. Semua itu sangat berarti bagi-Ku. My Mom and Dad is the best !
- Kakaku Eka, Mba' Lissa dan adikku Noris yang paling Cute. Thank,z sudah memberikan Support, bimbingan dan doa. Kalian yang terbaik di dalam hatiku.
- Eyang Putri, Om Sapto, Bule' Tati, Om Sugeng, Pa'de Riyadi, Ismi, Bravi beserta semua keluarga besar "**PAPUJO**" yang selalu baik hati dan penuh perhatian sama aku.
- Semua anak-anak "**Lembah Tengkorak**" yang Gokil, selalu menghibur dan memberikan inspirasi, serta membuatku mengerti arti sahabat..... Najib, Iqbal, Depe, Agung (Gimbal), Pak Gendut, Danang (Kriwul), Rizal, Sana, Afip, Abah Didi, Edi (Man in glasses), Andri, Beng-beng, Rizky (Boim) dan Bang Jenap + Puput (semoga langgeng Ya!he2x). Serta temen di Jurusan Ilmu komunikasi yang belum disebutin namanya.
- Semua temen-temen "**KKN**"....., Danu (pak ketua), Fawzi, Harwin, Santi, Lisma, Dhani, Holly + Lina

Marissa. Walaupun jauh tapi masih ingat & sempat mendoakan diriku.

- Sobat-sobatku di "**Mudadisay**"..... Jito, Muharis, D'maz (The Trimbil), Doni-Domino, Tino, Harsen, Kartun, Mas Yanto, Mas Medy, dan keluarga besar Kampung Sape yang selama ini memberikan keramahan, pengalaman, kekuatan, serta semangat besar buatku.
- Temen-temen sekaligus keluargaku.... Riza (kurocan), Sudar (Pirlo), Mr. Didik dan Mas Agus (Udah tua euy... maen PS-nya udahan donk!! He2x).
- Semuanya yang belum tercatat dalam lembar ini, akan selalu ada tempat yang indah untuk mengabadikan tanda-tanda persahabatan dan keramahan di sepanjang

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat, hidayah dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta para sahabat dan keluarganya.

Syukur alhamdulillah akhirnya skripsi dengan judul “Korelasi Terpaan Iklan Sabun Lux Animasi di Televisi dan Intensitas Berkomunikasi Dengan Kelompok Acuan Terhadap Kesadaran Merek Konsumen (Studi Korelasi Antara Terpaan Iklan Sabun Lux Animasi di Televisi dan Intensitas Berkomunikasi dengan Kelompok Acuan Terhadap Kesadaran Merek di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi, Angkatan 2004-2007, Fakultas ISIPOL, UMY)”, dapat diselesaikan dan merupakan tugas akhir penulis untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Politik dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Tidak dapat dipungkiri, terselesaikannya skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ir. H.M. Dasron Hamid, MSc, selaku Rektor Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

3. Ibu Rosilawati, S.IP., SE., MM, selaku dosen pembimbing utama yang berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, keramah-tamahan dan kesabaran untuk memberikan bimbingan serta petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP, selaku dosen pembimbing pendamping yang berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, keramah-tamahan dan kesabaran untuk memberikan bimbingan serta petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Suciati, S.Sos.,M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran, petunjuk serta dukungannya dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Bapak Jono dan Mba' Siti, dengan keramahan, kesabaran serta tidak bosan-bosannya memberikan bimbingan dan informasi kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
8. Mahasiswi-mahasiswi Jurusan Ilmu komunikasi angkatan 2004-2007 Fakultas ISIPOL, Universitas Muhamadiyah Yogyakarta yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengisi kuesioner yang merupakan dasar pengumpulan data dalam penulisan skripsi ini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAKSI	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	9
1. Efek Media Massa	9
2. Periklanan	11
3. Animasi Dalam Iklan Televisi	14
4. Kelompok Acuan	17
5. Kesadaran Merek	21
6. Efek Terpaan Iklan – Kesadaran Merek	25
F. Hipotesis	28
G. Definisi Konsep	29
H. Definisi Operasional	31

I. Metodologi Penelitian	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Lokasi Penelitian	32
3. Populasi	33
4. Sampel	33
5. Metode Pengumpulan Data	33
6. Teknik Skala Pengukuran	34
J. Uji Validitas dan Reliabilitas	34
K. Teknik Analisis Data	36

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	39
1. Sejarah UMY	39
2. Visi dan Misi UMY	43
3. Tujuan UMY	43
4. Logo UMY	44
B. Deskripsi Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	46
1. Sejarah FISIPOL	46
2. Visi dan Misi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	47
3. Jurusan/Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	48
4. Tujuan Pendidikan	52
5. Program Pendidikan	52
6. Kelembagaan	53
7. Pimpinan Fakultas dan Jurusan Program studi	54
C. Deskripsi Umum Jurusan/Program Ilmu Komunikasi	54
D. Gambaran Iklan Sabun Lux Versi Animasi	58

BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian	60
B. Uji Validitas Data	61
C. Uji Reliabilitas	64

D.	Karakteristik Responden	65
	1. Usia Responden	65
E.	Persebaran Data Per Variabel	66
F.	Analisis Kuantitatif dan Pembahasan	81
	1. Analisis Korelasi Spearmen	82
	2. Analisis Korelasi Ganda	85
G.	Pembahasan	88

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan	97
B.	Saran	99

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL	
TABEL 2.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Berdasarkan Fakultas dan Program Studi	42
TABEL 2.2 Daftar Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Aktif Angkatan 2004-2007 Tahun Akademik 2008 Semester Ganjil	57
TABEL 3.1 Hasil Uji Validitas	62
TABEL 3.2 Uji Realibilitas	65
TABEL 3.3 Tingkat Usia Responden	66
TABEL 3.4 Melihat Iklan sabun Lux animasi di televisi dalam satu minggu	66
TABEL 3.5 Menonton Iklan sabun Lux animasi sampai selesai	67
TABEL 3.6 Menonton iklan sabun Lux animasi dibarengi dengan kegiatan lain	68
TABEL 3.7 Memperhatikan tokoh iklan	68
TABEL 3.8 Memperhatikan adegan tokoh iklan	69
TABEL 3.9 Memperhatikan logonya	70
TABEL 3.10 Memperhatikan manfaat sabun Lux	70
TABEL 3.11 Ketertarikan menonton setiap ada iklan sabun Lux animasi tayang di televisi	71
TABEL 3.12 Ketertarikan melihat adegan tokoh animasi figuran	72
TABEL 3.13 Ketertarikan menonton meskipun ditayangkan berulang-ulang	73
TABEL 3.14 Ketertarikan mencari informasi tentang sabun Lux lewat media massa lain	73
TABEL 3.15 Ketertarikan mencari informasi tentang sabun Lux lewat orang lain	74
TABEL 3.6 Tingkat keseringan membicarakan sabun merek Lux dengan teman dalam satu minggu	75
TABEL 3.17 Lama waktu (durasi) membicarakan sabun merek Lux dengan teman	75

TABEL 3.18 Pengetahuan tentang aromatic oils	76
TABEL 3.19 Pengetahuan tentang sari bunga lotus	77
TABEL 3.20 Pengetahuan tentang Logo sabun Lux	77
TABEL 3.21 Pengetahuan tentang bentuk cair	78
TABEL 3.22 Pengetahuan tentang bentuk padat	78
TABEL 3.23 Pengetahuan tentang membuat kulit lembut	79
TABEL 3.24 Pengetahuan tentang membuat kulit wangi	80
TABEL 3.25 Pengetahuan tentang membuat pikiran menjadi selalu fresh	80
TABEL 3.26 Interpretasi Korelasi Guilford	81

DAFTAR GAMBAR