

**Tanggapan Mahasiswa Konsentrasi Advertising Jurusan Ilmu Komunikasi di  
DIY Terhadap Elemen-Elemen ILM “Konversi Minyak Tanah ke Elpiji” Versi  
Penanggulangan Kebocoran Elpiji di Stasiun TV Swasta**

*(Student Response Advertising Department of Communication  
Studies Concentration in DIY Against Elements ILM "Convert Kerosene to  
LPG" LPG Leakage Reduction Support on Private TV Stations)*

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar**

**Kesarjanaan Strata 1 (S-1)**



**Disusun oleh:**

**GUNARTO BUDI HANDOYO**

**20050530159**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

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

Pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 5 April 2011  
Tempat : Lab. Editing  
Dengan nilai :

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

Ketua

**Tri Hastuti Nur R, S.Sos., M.Si**

Penguji I

Pembimbing II

**Haryadi Arief NR, S.IP., M.Si**

**Zein Mufarrih M, S.IP**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah Satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana ( S-1 )  
Tanggal, 5 April 2011

**Aswad Ishak, S.IP., M.Si**  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**HALAMAN MOTTO**

**SWASEMBADA**

“menikmati hasil dari keringat sendiri”

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk :

- ALLAH SWT, atas segala rahmat dan anugerahNya, yang selalu melindungi setiap langkah hambaMu.
- NABI MUHAMMAD SAW, yang menjadi suri tauladan bagi setiap umatnya, sholawat dan salam semoga selalu tercurah untuk beliau dan para sahabatnya.
- Kedua orang tuaku tercinta, Ayah yang selalu memberikan aku nasehat, dukungan, dan kasih sayangnya. Perjuanganmu telah membuka mataku untuk selalu bersyukur kepada-Nya. Bunda tercinta yang telah melahirkan dan mendidikkmu dengan penuh kasih sayang untuk selalu menjadi manusia yang berguna.
- Ariyuni Trikada Putri-ku, atas segala kesabarannya memberi aku motivasi dan dukungan ketika aku malas. Yang jelas kau semangat bagiku.
- Adekku Pepi Dwi Tantoro, Raka Ahsanul Huda dan Dimas Riza Rahman atas segala bantuan dan perhatiannya yang telah diberikan selama ini kepadaku.
- Kel. Bapak Tri Sudihartono, SH. dan Ibu Kadaryanti atas segala bantuan dan perhatiannya yang telah diberikan selama ini kepadaku.
- Keluarga Besarku yang selalu menanyakan kapan selesainya skripsiku, terima kasih atas doanya akhirnya aku lulus juga.
- Ibu Tri Hastuti Nur R, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, Bapak Zein Mufarrih M, S.IP. selaku Dosen Pembimbing II, serta Bapak Haryadi Arief NR, S.IP., M.Si. selaku Dosen Penguji skripsi, terima kasih atas segala bimbingan, kritik dan sarannya.
- Pak Jono dan Mbak Siti atas segala informasinya, maaf sering ngrepotin, serta para staf perpustakaan. Terima kasih atas doa dan dukungannya.
- Komputer jadulku yang selalu menemani aku begadang sampe pagi dan segelas kopi ditambah rokok, membuat mata tetap segar akhirnya gak sia-sia juga.
- Teman2 kostku : Erwin ayo disebut skripsine, Santo ojo males2an lek gek digas poll skripsine, Dj Arie bang bento yang suka berhayal, Cakrus gaweane ora meng tura-turu wae jeng, Damas dokter yang selalu merawat anak kost yang sakit, Dedik gek ndang oleh gawean seng mapan, Leydon teman adventure, Rudi bikin kost tambah hidup. Nuhun pisan pokoknya.
- Kurowo2 : Yoga/Walang makasih dah nyediain kasur, Tutut nuwon tut wes edit fotoku, Iqbal makasih dah buat laguku semoga km sukses, Toge ayo lulus bareng, Nizar ndang disebut, Fajar/momo ndang disebut skripsine, Teak teman wara-wiri kampus, Sunni bocah tua nakal, Bobby ayo manceng salam cadojo, Lukman ayo makan2 lagi man, Manggo teman saat sidang, Mincok nuwon website bantu banget dan untuk semua temanku kelas C 05 matur nuwon sanget.
- Buat semua orang yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan, dukungan, dan motivasinya dari awal hingga akhir skripsi.

-matur nuwon sanget-

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Alloh SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir kuliah yang berjudul “Tanggapan Mahasiswa Konsentrasi Advertising Jurusan Ilmu Komunikasi di DIY Terhadap Elemen-Element ILM “Konversi Minyak Tanah ke Elpiji” Versi Penanggulangan Kebocoran Elpiji di Stasiun TV Swasta”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah ini tidak terlepas dari bimbingan dari berbagai pihak, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Ir. HM Dasron Hamid, M.Sc. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Achmad Nurmandi, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Tri Hastuti Nur R, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang berkenan membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak Zein Mufarrih M, S.IP. selaku dosen pembimbing II yang berkenan membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat selesai.

6. Bapak Haryadi Arief NR, S.IP., M.Si. selaku dosen penguji I yang berkenan memberi masukan dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Rekan – rekan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2005 dan teman seperjuangan yang sedang menyusun skripsi, terima kasih atas dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, baik langsung maupun tidak langsung membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak kekurangan. Hal ini dikarenakan pengetahuan yang dimiliki penulis sangat terbatas. Untuk itu diperlukan saran dan masukan demi kesempurnaannya penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan dengan skripsi ini.

Yogyakarta, 24 Maret 2011

Penulis

## **ABSTRAKSI**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Gunarto Budi Handoyo**

**20050530159**

**Tanggapan Mahasiswa Konsentrasi Advertising Jurusan Ilmu Komunikasi di  
DIY Terhadap Elemen-Elemen ILM “Konversi Minyak Tanah ke Elpiji” Versi  
Penanggulangan Kebocoran Elpiji di Stasiun TV Swasta**

Tahun Skripsi : 2011, 95 halaman isi + 2 halaman daftar pustaka + lampiran

Daftar Pustaka : 28 buku + 6 sumber *online*

Naiknya harga minyak dunia memaksa pemerintah mengkonversi penggunaan minyak tanah yang dikonsumsi rumah tangga dengan elpiji. Hal ini dikarenakan elpiji selain harganya lebih terjangkau dan hemat, elpiji pun lebih ramah lingkungan dibandingkan bahan bakar lainnya. Kampanye program konversi ini dilakukan salah satunya dengan Iklan Layanan Masyarakat dalam konsep pemasaran sosial. Pemerintah, dalam hal ini Pertamina, melakukan kegiatan pemasaran sosial untuk menyampaikan pesan-pesan sosial kepada masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dan perilaku mereka untuk ikut berpartisipasi menggunakan elpiji dalam rumah tangga.

Studi ini berusaha menjelaskan mengenai Bagaimana Tanggapan Mahasiswa Konsentrasi Advertising Jurusan Ilmu Komunikasi di DIY Terhadap Iklan Layanan Masyarakat “Konversi Minyak Tanah ke Elpiji” Versi Penanggulangan Kebocoran Elpiji di Stasiun TV Swasta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Tanggapan Mahasiswa Konsentrasi Advertising Jurusan Ilmu Komunikasi di DIY Terhadap Iklan Layanan Masyarakat “Konversi Minyak Tanah ke Elpiji” Versi Penanggulangan Kebocoran Elpiji di Stasiun TV Swasta. Kerangka teori menggunakan komunikasi massa Onong Uchjana yang menjelaskan bahwa komunikasi massa merupakan penyebaran pesan (informasi) dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yaitu sejumlah orang yang tidak tampak oleh penyampai pesan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian survey dengan sifat penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang analisisnya secara umum memakai analisis statistik. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling* atau sampling acak dengan pengambilan sampel semua obyek atau elemen populasi mewakili kesempatan yang sama yaitu dipilih sebagai sampel dengan jumlah responden 499 mahasiswa.

Jadi kesimpulan dari penelitian ini, dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan yang menggambarkan isi dan struktur pesan, dan dianggap menarik oleh responden. Sedangkan untuk memperkuat nilai pada tabel frekuensi di atas, nilai mean (rata-rata jawaban responden) masing-masing elemen-elemen dalam kuesioner.

## **ABSTRACT**

**University of Muhammadiyah Yogyakarta  
Faculty of Social and Political Sciences  
Department of Communication Studies  
Advertising Concentration  
Gunarto Budi Handoyo  
20050530159**

**Student Response Advertising Department of Communication  
Studies Concentration in DIY Against Elements ILM "Convert Kerosene to  
LPG" LPG Leakage Reduction Support on Private TV Stations**

Thesis Year: 2011, 95 pages + 2 pages + attachment bibliography

References: 28 books + 6 online sources

Rising world oil prices forced the government to convert the use of kerosene with LPG consumed by households. This is because LPG in addition to price more affordable and efficient, LPG is more environmentally friendly than other fuels. Campaign conversion program was carried out one of them with the Public Service in the concept of social marketing. The government, in this case, Pertamina, social marketing activities to convey social messages to the community in raising awareness and their behavior to participate using LPG in the household.

This study attempts to explain about How Student Response Advertising Department of Communication Studies Concentration in DIY On Public Service "Convert Kerosene to LPG" LPG Leakage Reduction Support on Private TV Stations. The purpose of this study was to determine the concentration of Student Responses to Advertising Department of Communication Science in Public Service Ads Against DIY "Convert Kerosene to LPG" LPG Leakage Reduction Support on Private TV Stations. The framework uses the theory of mass communication Onong Uchjana who explained that mass communication is the dissemination of the message (information) using the mass media addressed to the abstract, the number of people who do not appear by messenger.

This research was conducted by survey research methods with the nature of quantitative research. Quantitative research is an analysis of research in general use of statistical analysis. Samples taken using simple random sampling technique or sampling with a random sampling of all objects or elements represent the population the same opportunity that is selected as the sample with the number of 499 student respondents.

So the conclusions of this study, can be interpreted that the majority of respondents agreed to the statement that describes the content and structure of the message, and are considered attractive by respondents. As for strengthening the value of the frequency table above, the mean (average of respondents' answers) are each elements of the questionnaire.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A Latar Belakang Masalah.....	1
B Rumusan Masalah.....	7
C Tujuan Penelitian.....	8
D Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
E. Batasan Penelitian.....	9
F. Kerangka Teori.....	10
1. Komunikasi Massa.....	10
2. Iklan.....	13
3. Konsep Iklan yang Baik.....	21
G. Kerangka Konsep.....	27
a. Definisi Konseptual.....	27
b. Definisi Operasional.....	29
H. Metode Penelitian.....	31
a. Jenis Penelitian.....	31

b. Oyek Penelitian.....	32
c. Populasi dan Sampel .....	32
d. Teknik Pengumpulan Data .....	34
e. Teknik Pengukuran Skala.....	35
f. Teknik Analisis Data.....	36

## **BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....37**

A. Profil Mahasiswa <i>Advertising</i> .....	37
1. Universitas Atmajaya Yogyakarta .....	37
2. Universitas Pembangunan Nasional VY .....	38
3. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.....	40
B. Tagline Iklan dan Story Board .....	41
1. Story Board.....	43
C. Biro Advertising .....	47
1. Profil Perusahaan .....	47
2. [R]evolution Bersama Zaman, Bersama Cakrawala .....	47
3. Berubah Nama .....	48
4. Perubahan Logo Positioning Perusahaan .....	48
5. Pelanggan .....	50
6. Layanan dan Jasa .....	53

## **BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....55**

A. Persiapan Penelitian dan Langkah-langkah penelitian .....	55
1. Persiapan Penelitian .....	55
2. Langkah-langkah penelitian .....	56
B. Pelaksanaan Penelitian.....	57
C. Analisa Data dan Hasil Penelitian .....	57

1. Deskripsi Subjek Penelitian.....	57
2. Deskripsi Data Penelitian .....	58
D. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	67
1. Uji Validitas.....	67
2. Uji Realibilitas .....	70
3. Analisis Statistik Deskriptif.....	77
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran .....	94

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1</b>	Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Umur .....	58
<b>Tabel 2</b>	Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
<b>Tabel 3</b>	Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Intensitas Menonton.....	58
<b>Tabel 4</b>	Tanggapan Responden terhadap Elemen-elemen ILM.....	59
<b>Tabel 5</b>	Tanggapan Mengenai Elemen <i>Talent</i> (pemeran).....	62
<b>Tabel 6</b>	Tanggapan Mengenai Elemen Kostum .....	63
<b>Tabel 7</b>	Tanggapan Mengenai Elemen Setting Tempat dan Properti.....	64
<b>Tabel 8</b>	Tanggapan Mengenai Elemen Produk .....	65
<b>Tabel 9</b>	Tanggapan Mengenai Elemen <i>Tagline</i> .....	66
<b>Tabel 10</b>	Uji Validitas Elemen <i>Audio Visual</i> .....	68
<b>Tabel 11</b>	Uji Validitas Elemen <i>Talent</i> (pemeran) .....	68
<b>Tabel 12</b>	Uji Validitas Elemen Kostum.....	68
<b>Tabel 13</b>	Uji Validitas Elemen Setting Tempat dan Properti .....	69
<b>Tabel 14</b>	Uji Validitas Elemen Produk.....	69
<b>Tabel 15</b>	Uji Validitas Elemen <i>Tagline</i> .....	69
<b>Tabel 16</b>	Uji Reliabilitas Elemen <i>Audio Visual</i> .....	72
<b>Tabel 17</b>	Uji Reliabilitas Elemen <i>Talent</i> (pemeran).....	73
<b>Tabel 18</b>	Uji Reliabilitas Elemen Kostum .....	74
<b>Tabel 19</b>	Uji Reliabilitas Elemen Setting Tempat dan Properti.....	75
<b>Tabel 20</b>	Uji Reliabilitas Elemen Produk .....	76
<b>Tabel 21</b>	Uji Reliabilitas Elemen <i>Tagline</i> .....	77
<b>Tabel 22</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 1 .....	79
<b>Tabel 23</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 2 .....	80
<b>Tabel 24</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 3 .....	81

<b>Tabel 25</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 4 .....	82
<b>Tabel 26</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 5 .....	83
<b>Tabel 27</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 6 .....	84
<b>Tabel 28</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 7 .....	85
<b>Tabel 29</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 8 .....	86
<b>Tabel 30</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 9 .....	87
<b>Tabel 31</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 10 .....	88
<b>Tabel 32</b>	Frekuensi Tanggapan Butir 11 .....	89
<b>Tabel 33</b>	Hasil Pengujian Korelasi.....	90