

**PENGARUH FREKUENSI MENONTON IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
LPG 3 KG DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT
KELURAHAN WATES DALAM MENGGUNAKAN BAHAN BAKAR GAS**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
ENDAH CATUR SETYANINGRUM
20060530068

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 19 Desember 2012
Tempat : Ruang Editing
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Suciati, S.Sos., M.Si.)

Penguji I

Penguji II

(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc) (Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal : 19 Desember 2012

(Aswad Ishak, S.IP., M.Si.)

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2012

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

(Endah Catur Setyaningrum)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

Bapak dan Ibu yang telah memberikan do'a dan dukungan kepadaku tanpa lelah.

Keluarga besarku yang telah memberikan inspirasi dan semangat kepadaku.

Semua pihak yang telah membantu aku dalam penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya kepada Penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan yang harus ditempuh untuk menyelesaikan jenjang pendidikan S-1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selesainya Skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan semua pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Yang Terhormat :

1. Bapak Ir. Dasron Hamid, M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Achmad Nurmandi, M.Sc selaku Dekan Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Suciati, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang telah dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penulisan Skripsi ini tanpa mengenal lelah.
5. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Dosen Penguji, atas kritik dan saran yang membangun dalam penulisan Skripsi ini.
6. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM. selaku Dosen Penguji, atas kritik dan saran yang membangun dalam penulisan Skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas ilmu yang diberikan.
8. Seluruh staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas segala informasi yang diberikan.

9. Seluruh keluarga besar penulis yang telah mendukung dan mendoakan penulis hingga selesainya penulisan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman penulis yang telah setia menemani dan memberi dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya untuk kesempurnaan Skripsi ini Penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, November 2012
Penulis

Endah Catur Setyaningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori	7
1. Iklan	7
2. Efek Iklan.....	9
3. Iklan Televisi.....	10
4. Teori Pengaruh Tradisi (<i>The Effect of Tradition</i>).....	13
5. Teori Kultivasi (<i>Cultivation Theory</i>)	14

6. Teori Sikap	15
7. Sikap sebagai Respon terhadap Iklan.....	17
8. Fungsi Sikap.....	20
F. Kerangka Konsep.....	20
G. Definisi Konseptual.....	21
H. Definisi Operasional.....	22
I. Hipotesis	22
J. Metode Penelitian.....	23

BAB II GAMBARAN UMUM ELPIJI (LPG) DAN WILAYAH

PENELITIAN	30
A. Pengertian LPG	30
B. Spesifikasi LPG	31
1. Spesifikasi LPG Propane (C3)	31
2. Spesifikasi LPG Butane (C4).....	32
C. Pedoman Penggunaan LPG	33
D. Sarana dan Fasilitas Distribusi Elpiji 3 kg	35
E. Program Konversi Minyak Tanah ke LPG	35
F. Tips Penggunaan, <i>Safety & Handling</i>	38
G. Persiapan Sebelum Menggunakan Tabung Elpiji 3 Kg	40
H. Penggunaan Kompor dan Tabung Elpiji 3 kg yang Baik.....	43
I. Tindakan jika Terjadi Kebocoran Tabung Gas Elpiji 3 Kg	45
J. Penggantian Gas Elpiji Jika Habis	45
K. Gambaran Wilayah Penelitian.....	46

L. Deskripsi Kelurahan Wates kabupaten Kulonprogo Yogyakarta.....	47
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	48
A. Pengujian Instrumen Penelitian.....	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas	50
B. Karakteristik Responden	50
C. Data Jawaban Responden.....	54
D. Analisis Data	63
1. Analisis Regresi	63
2. Pengujian Hipotesis.....	66
3. Pengujian Koefisien Determinasi (<i>Goodness of Fit</i>)	66
E. Pembahasan	68
BAB IV PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Perbedaan Elpiji dengan Bahan Bakar Lainnya.....	30
Tabel 2 Spesifikasi LPG Propane (C3)	32
Tabel 3 Spesifikasi LPG Butane (C4).....	32
Tabel 4 Keuntungan Konsumen Menggunakan Elpiji 3 Kg Dibandingkan Menggunakan Minyak Tanah	38
Tabel 5 Uji Validitas Variabel Frekuensi Menonton ILM ‘LPG 3 kg’ di Televisi.....	48
Tabel 6 Uji Validitas Variabel Sikap Masyarakat Mengenai Penggunaan Bahan Bakar Gas.....	49
Tabel 7 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	50
Tabel 8 Karakteristik Responden Dilihat dari Usia	51
Tabel 9 Karakteristik Responden Dilihat dari Pekerjaan.....	52
Tabel 10 Karakteristik Responden Dilihat dari Pendapatan per Bulan.....	52
Tabel 11 Karakteristik Responden Dilihat dari Apakah Menggunakan LPG sebagai Bahan Bakar Sehari – hari.....	53
Tabel 12 Ukuran Isi Tabung yang Biasa Digunakan	54
Tabel 13 Seberapa Sering Melihat Iklan Layanan Masyarakat LPG 3 kg yang Aman dan Benar Tampil di Televisi	54
Tabel 14 Seberapa Sering Melakukan Pergantian Saluran Televisi pada Saat Ditayangkan Program Iklan Layanan Masyarakat LPG 3 kg	55

Tabel 15 Seberapa Sering Menonton Pengulangan Iklan Layanan Masyarakat LPG 3 kg di Televisi dalam Seminggu	56
Tabel 16 Seberapa Sering Teringat tentang Iklan Layanan Masyarakat LPG 3 kg di Televisi Setelah Menontonnya.....	56
Tabel 17 Seberapa Sering Membicarakan mengenai Iklan Layanan Masyarakat LPG 3 kg di Televisi dengan Orang Lain Setelah Menontonnya	57
Tabel 18 LPG Kemasan 3 kg Lebih Mudah Digunakan sebagai Bahan Bakar Pengganti Minyak Tanah	58
Tabel 19 LPG Kemasan 3 kg Lebih <u>Hemat</u> Digunakan sebagai Bahan Bakar Pengganti Minyak Tanah	58
Tabel 20 LPG Kemasan 3 kg Lebih <u>Aman</u> Digunakan sebagai Bahan Bakar Pengganti Minyak Tanah	59
Tabel 21 LPG Kemasan 3 kg Lebih <u>Bersih</u> Digunakan sebagai Bahan Bakar Pengganti Minyak Tanah	60
Tabel 22 LPG Kemasan 3 kg Lebih <u>Ramah Lingkungan</u> Digunakan sebagai Bahan Bakar Pengganti Minyak Tanah.....	61
Tabel 23 Penggunaan LPG 3 kg Lebih <u>Tahan Lama</u> Dibanding Menggunakan Minyak Tanah	61
Tabel 24 Gas LPG Kemasan Tabung 3 kg Lebih <u>Mudah</u> Diperoleh diberbagai Tempat.....	62
Tabel 25 Hasil Uji Regresi	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Bagan Pengaruh Komunikasi.....	18
Gambar 2. Models Of The Response Process.....	19
Gambar 3. Bagan Pengaruh antar Variabel	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data *Try Out* Variabel Frekuensi

Lampiran 3 Data *Try Out* Variabel Sikap

Lampiran 4 Data Penelitian Variabel Frekuensi

Lampiran 5 Data Penelitian Variabel Sikap

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Reliabilitas Variabel Frekuensi

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Reliabilitas Variabel Sikap

Lampiran 8 Data Frekuensi Menonton ILM LPG 3 kg

Lampiran 9 Data Sikap terhadap Penggunaan Bahan Bakar Gas

Lampiran 10 Deskripsi Variabel X dan Y

Lampiran 11 Hasil Uji Regresi

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Endah Catur Setyaningrum 20060530068

PENGARUH FREKUENSI MENONTON IKLAN LAYANAN MASYARAKAT LPG 3 KG DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT KELURAHAN WATES DALAM MENGGUNAKAN BAHAN BAKAR GAS

Tahun Skripsi: 2012 + 76 hal + 25 tabel + 3 gambar + 11 lampiran

Daftar Kepustakaan: 28 buku (1983 - 2009) + 5 sumber *online*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh menonton iklan layanan masyarakat LPG 3 kg terhadap sikap masyarakat Kelurahan Wates dalam menggunakan bahan bakar gas. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif eksplanatif. Penelitian kuantitatif eksplanatif merupakan penelitian yang menggunakan data-data statistik sebagai alat analisis dengan mencari hubungan antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh frekuensi menonton iklan layanan masyarakat LPG 3 kg di televisi terhadap sikap masyarakat Kelurahan Wates dalam menggunakan bahan bakar gas didapatkan fakta bahwa ada pengaruh frekuensi menonton iklan layanan masyarakat di televisi terhadap sikap masyarakat mengenai penggunaan bahan bakar gas. Dari pengujian Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit*) didapatkan nilai R^2 sebesar 0,062 (6,2%). Hal ini berarti kemampuan variabel frekuensi menonton iklan layanan masyarakat dalam menerangkan variabel sikap masyarakat terhadap penggunaan bahan bakar gas, hanya sebesar 6,2%, sedangkan sisanya sebesar 93,8% dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil wawancara yang dilakukan diketahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi responden menggunakan bahan bakar gas antara lain karena dorongan dari orang lain, karena membaca koran, karena mendengarkan radio, dan juga karena sudah dibagikan kompor gas oleh pemerintah. Adapun besar pengaruh frekuensi menonton iklan terhadap perubahan sikap masyarakat diketahui dari hasil uji koefisien regresi yang mendapatkan nilai 0,327 (32,7%). Hal ini berarti frekuensi menonton ILM LPG 3 kg dapat meningkatkan sikap positif masyarakat terhadap penggunaan bahan bakar gas sebesar 32,7%.

Kata Kunci : Sikap, Frekuensi, Iklan Layanan Masyarakat