

ABSTRAK

Cindy T Minarto :

Skripsi

Sikap Masyarakat Surabaya mengenai Iklan Televisi Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame versi "Teman Tak Bisa Dibeli"

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sikap masyarakat Surabaya mengenai iklan televisi Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame versi "Teman Tak Bisa Dibeli". PT HM Sampoerna menggunakan iklan televisi untuk mengkomunikasikan isi pesan tentang pertemanan. Elemen – elemen yang ada dalam iklan turut berperan dalam menentukan penilaian masyarakat terhadap iklan yang akhirnya membentuk sikap mengenai iklan Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame versi "Teman tak Bisa Dibeli".

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif untuk mendeskripsikan sikap mengenai iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap masyarakat Surabaya positif mengenai elemen – elemen iklan televisi Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame versi "Teman Tak Bisa Dibeli".

Kata Kunci :

Sikap, Iklan Televisi

ABSTRACT

Cindy T Minarto :

Thesis

The Attitude of Surabaya People about Television Advertisement of Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame "Teman tak Bisa Dibeli" version

This research is conducted to identify attitude of Surabaya people about television advertisement of Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame "Teman tak Bisa Dibeli" version. PT HM Sampoerna uses television advertisement to communicate the message about friendship. The elements of advertise also influence the evaluation of people about advertise, which the evaluation will create the attitude of people about the advertisement Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame "Teman tak Bisa Dibeli" version.

The type of research to be used is descriptive reasearch. The result of this research showed that attitude of Surabaya people are positive about television advertisement elements of Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame "Teman tak Bisa Dibeli" version.

Keyword : Attitude, Television Advertisement

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
1. Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Batasan Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	10
2. KERANGKA TEORI	
2.1. Periklanan sebagai Bagian Komunikasi.....	11
2.2. Iklan.....	12
2.2.1. Definisi Iklan.....	12
2.2.2. Tujuan Iklan.....	12
2.2.3. Fungsi Iklan.....	13
2.2.4. Pesan Iklan.....	14
2.2.5. Komponen Iklan.....	15
2.3. Televisi.....	17
2.4. Sikap.....	19
2.4.1. Definisi Sikap.....	19
2.4.2. Subjek dan Objek Sikap.....	20
2.4.3. Model Komponen Sikap.....	20
2.4.4. Faktor – Faktor Pembentuk Sikap.....	20
2.5. Pemirsa Televisi.....	22
2.6. Nisbah Antar Konsep.....	22
2.7. Kerangka Pemikiran.....	24
3. METODE PENELITIAN.....	25

3.1. Definisi Konseptual.....	25
3.1.1. Sikap.....	25
3.1.2. Iklan Televisi Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame....	25
3.2. Definisi Operasional.....	25
3.2.1. Sikap.....	26
3.3. Jenis Penelitian.....	28
3.4. Metode Penelitian.....	28
3.5. Populasi dan Sampel.....	29
3.6. Teknik Penarikan Sampel.....	29
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7.1. Jenis Data.....	31
3.7.2. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.7.3. Uji validitas.....	33
3.7.4. Uji reliabilitas.....	33
3.8. Teknik Analisis Data.....	34
 4. ANALISIS DATA.....	 35
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1. Sejarah PT HM Sampoerna.....	35
4.1.2. Visi, Misi, Tujuan dan Credo Perusahaan.....	36
4.1.2.1. Visi perusahaan.....	36
4.1.2.2. Misi Perusahaan.....	36
4.1.2.3. Tujuan perusahaan.....	36
4.1.2.4. <i>Credo</i> Perusahaan.....	36
4.1.3. Kebijakan Pemerintah.....	37
4.1.4. Iklan Sampoerna Hijau Nggak Ada Loe Nggak Rame.....	38
4.1.5. Iklan Sampoerna Hijau “Teman Tak Bisa Dibeli”.....	39
4.2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
4.3. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	41
4.3.1. Uji Validitas.....	42
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	42
4.4. Analisa Data.....	42
4.4.1. Deskripsi Identitas Responden.....	42
4.4.2. Deskripsi Sikap Masyarakat Surabaya mengenai Iklan.....	46
4.4.2.1. Afektif.....	47
4.4.2.2. Kognitif.....	57
4.4.2.3. Perilaku.....	67
4.4.3. Skala Penghitungan Sikap Negatif dan Positif.....	75
4.4.4. Analisis dan Pembahasan Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	81
 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	 86
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Saran.....	87
 DAFTAR REFERENSI.....	 88

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner.....	91
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	96
3. Tabulasi Jawaban Responden.....	98
4. Distribusi Frekuensi.....	125
5. Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>) Sikap dengan Karakteristik Responden.....	131

DAFTAR TABEL

3.1. Proporsi jumlah sampel.....	30
4.1. Uji Reliabilitas.....	42
4.2. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	43
4.3. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	43
4.4. Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Menonton.....	45
4.5. Karakteristik Responden Menurut Durasi Menonton.....	46
4.6. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 1.....	47
4.7. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 2.....	48
4.8. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 3.....	49
4.9. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 4.....	50
4.10. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 5.....	51
4.11. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 6.....	52
4.12. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 7.....	54
4.13. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 8.....	55
4.14. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 9.....	56
4.15. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 10.....	57
4.16. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 11.....	59
4.17. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 12.....	59
4.18. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 13.....	60
4.19. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 14.....	61
4.20. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 15.....	62

4.21. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 16.....	63
4.22. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 17.....	65
4.23. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 18.....	66
4.24. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 19.....	67
4.25. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 20.....	68
4.26. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 21.....	69
4.27. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 22.....	71
4.28. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 23.....	72
4.29. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 24.....	73
4.30. Distribusi Frekuensi Kuesioner no 25.....	74
4.31. Hasil Penghitungan Skala Afektif.....	76
4.32. Hasil Penghitungan Skala Kognitif.....	77
4.33. Hasil Penghitungan Skala Perilaku.....	79
4.34. Hasil Penghitungan Skala Sikap.....	80
4.35. Tabulasi Silang Sikap dengan Jenis Kelamin.....	81
4.36. Tabulasi Silang Sikap dengan Usia.....	82
4.37. Tabulasi Silang Sikap dengan Frekuensi Menonton Iklan.....	83
4.38. Tabulasi Silang Sikap dengan Durasi	84