

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Ujian adalah momok yang sangat menakutkan bagi setiap siswa – siswi. Setiap siswa yang akan menghadapi ujian pasti di hinggap oleh rasa cemas, kecemasan menjelang ujian tersebut dapat mengganggu proses belajar siswa yang kurang maksimal, Sehingga hal tersebut ditakutkan dapat membuat nilai menjadi turun. Kondisi tersebut membuat orangtua maupun siswa khususnya, mulai mempersiapkan diri dengan berbagai cara dimana salah satunya adalah belajar. Banyak orang tua yang menginginkan anak – anak mereka mendapatkan nilai bagus dan sukses dalam menghadapi ujian. Maka banyak orang tua yang memasukan anaknya untuk mengikuti bimbingan belajar di luar sekolah, para orang tua berharap agar anak-anakanya kelak dapat sukses dalam mengikuti ujian dan mendapatkan hasil yang baik. Kegiatan belajar untuk persiapan ujian nasional tidak hanya dilakukan secara formal di sekolah melalui kegiatan belajar tambahan yang dinamakan dengan pembinaan sore untuk pelatihan atau pementapan soal kisi-kisi ujian nasional.

Beberapa siswa juga melakukan kegiatan belajar kelompok hingga mengikuti bimbingan belajar di luar kegiatan belajar sekolah. Bimbingan belajar atau bimbel sendiri adalah suatu kegiatan bantuan belajar kepada siswa atau peserta didik yang bertujuan untuk siswa agar mencapai prestasi belajar secara optimal. Pada umumnya bimbingan belajar menyediakan solusi praktis, rumus-rumus yang singkat dan cara cepat mengerjakan soal-soal sehingga siswa dapat mengerjakan soal dengan lebih mudah dan efisien. Materi yang kurang dipahami siswa di sekolah dapat langsung ditanyakan

kepada pengajar atau tutor bimbingan yang akan menjelaskan materi tersebut sampai siswa benar-benar paham.

Menjelang ujian, banyak siswa dan siswa sendiri berlomba untuk mengikuti bimbingan sebagai bentuk antisipasi agar dapat menghadapi ujian dengan baik. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas pada November 2012, menunjukkan 87,8 % dari 770 responden menyatakan bahwa pelajar perlu untuk mengikuti bimbingan belajar atau bimbingan di luar sekolah, karena Setidaknya jika pelajaran yang kurang di pahami di sekolah, dapat dipelajari kembali di lembaga bimbingan bersama mentor dan siswa diajarkan cara-cara yang lebih cepat dan mudah dalam mengerjakan soal agar saat ujian waktu yang di gunakan lebih efisien. Selain itu bimbingan dipandang sebagai pilihan terakhir yang seharusnya dipertimbangkan oleh siswa agar lebih yakin pada kemampuan diri dengan pelajaran yang didapatkan di sekolah. Selain itu, menurut pakar pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, Said Hamid Hasan pada Inilahkoran.com mengatakan, bimbingan hanya mengajarkan jalan pintas dalam menjawab soal-soal ujian dan tidak mengembangkan kreativitas dalam menjawab soal-soal ujian tersebut.

Banyak lembaga bimbingan belajar yang menawarkan berbagai keuntungan namun dengan harga yang relative tinggi dan menghabiskan banyak waktu. Namun alangkah lebih baiknya para orang tua untuk memperhatikan bimbingan belajar apa yang dibutuhkan oleh anak – anak mereka baik dari segi harga dan fasilitas – fasilitas yang diberikan. Perkembangan teknologi di era globalisasi seperti saat ini membawa banyak kemajuan dalam segala bidang tidak terkecuali pada bidang pendidikan. Perkembangan teknologi di bidang pendidikan seperti saat ini memudahkan proses belajar mengajar, tidak hanya terpaku pada papan tulis dan bahan bacaan seperti kertas saja. Dengan menggunakan teknologi modern di bidang pendidikan seperti web, aplikasi, dan *internet* maka proses belajar mengajar menjadi lebih menyenangkan, dan tidak membosankan.

Melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat ini dimanfaatkan oleh bidang pendidikan, yaitu dengan menerapkan pembelajaran berbasis

online atau biasa di sebut dengan *e-learning* salah satunya adalah dengan menggunakan media web. Mewujudkan pembelajaran berbasis web bukan sekedar meletakkan materi belajar pada web untuk kemudian diakses melalui komputer web digunakan bukan hanya sebagai media alternatif pengganti kertas untuk menyimpan berbagai dokumentasi atau informasi. Web digunakan untuk mendapatkan keunggulan yang tidak dimiliki media kertas ataupun media lain. Banyak pihak mencoba menggunakan teknologi web untuk pembelajaran dengan meletakkan materi belajar secara online, lalu materi tersebut dapat diunduh dan dapat dilihat berulang – ulang. Selain dapat di akses kapan pun dan dimana pun bimbel online memiliki harga yang lebih murah di banding bimbel konvensional, serta dapat menghemat waktu.

Salah satu keunggulan bimbel online di banding dengan bimbel konvensional selain menghemat waktu dan biaya, yaitu bimbel online menggunakan media video yang kapan saja dapat di *pause* atau diberhentikan dan di unduh melalui smarthphone maupun laptop dan computer sehingga dapat di lihat kembali oleh penggunanya. Salah satu situs bimbingan belajar online yang menggunakan web dan media video sebagai cara pembelajaran adalah Quipper Video. Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik iklan dari Quipper video terhadap motivasi belajar pada pengikut fanspage facebook Quipper Video. penulis ingin melihat apakah ada pengaruh daya tarik iklan yang di sampakan oleh Quipper Video melalui iklannya pada konsumen sehingga berkat tayangan iklan tersebut dapat menggugah motivasi belajar konsumen dengan menggunakan Quipper Video.

Penulis ingin melakukan penulisan di facebook karena, menurut We Are Social, saat ini facebook merupakan social media kedua di Indonesia yang banyak di gunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, pada Januari 2017 pengguna facebook terdapat 48% pengguna. *Facebook* merupakan media sosial peringkat kedua yang paling aktif di Indonesia setelah *Youtube*. Selain itu Quipper Video sendiri memiliki sebuah akun Fanpage Facebook yang sangat aktif dan digunakan untuk berinteraksi

antara sesama pengguna atau pun berinteraksi dengan admin Facebook tersebut. Fanpage Facebook Quipper Video sendiri memiliki 292,657 pengikut.



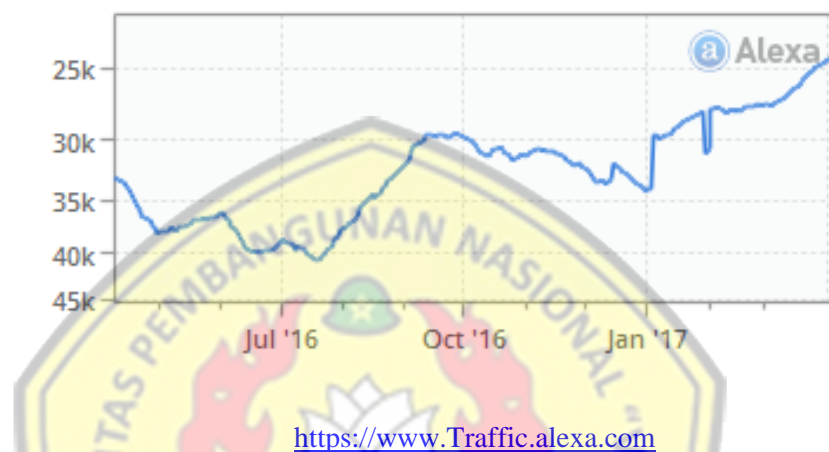
https://www.facebook.com/QuipperVideoID/?ref=br_tf

Gambar 1 Halaman Fanpage Facebook Quipper Video

Quipper video sendiri adalah sebuah website dengan fitur – fitur khusus untuk pendidikan dan digunakan untuk belajar secara online. Menurut Tri nuraini, Marketing Manager Quipper pada liputan6.com, mengatakan Indonesia menjadi Negara pertama yang meluncurkan Quipper video. Quipper menganggap Indonesia sebagai negara berkembang sudah memiliki akses internet murah dan stabil sehingga memungkinkan untuk membuka video *online* di media apa pun seperti smartphone, laptop, PC atau Tablet. Sebagai solusi belajar *online*, Quipper Video memiliki modul-modul pelajaran untuk pelajar dalam menunjang kegiatan belajar yang ditampilkan dalam bentuk video rekaman dari para pengajar layaknya menyampaikan materi di dalam kelas.

Quipper, secara resmi meluncurkan produk terbarunya bernama Quipper Video di CGV Blitz Grand Indonesia, Jakarta, Sabtu 14 November

2015. Setelah memperkenalkan Quipper School tahun 2014 di Indonesia dan diakses lebih dari 1 juta orang, Quipper merilis Quipper Video sebagai solusi belajar *online* untuk membantu kegiatan belajar mengajar siswa di Indonesia dengan efektif. Sejak berdiri tahun 2010, Quipper telah beroperasi di lima Negara, yaitu Inggris, Meksiko, Filipina, Jepang dan Indonesia. Menurut Traffic.alexacom hingga pada Januari 2017 Quipper video telah di akses oleh 30 ribu penggunanya.



Gambar 2 Persentase pengunjung Quipper Video

Dalam mengiklankan sebuah produknya, perusahaan pengiklan harus memiliki suatu daya tarik iklan baik dari bintang iklan, alur cerita iklan, jingle atau music dalam iklan, maupun tagline. Daya tarik iklan atau *power of impression* dari suatu iklan adalah seberapa besar iklan mampu memukau atau menarik perhatian pemirsanya (Indriarto, 2006). Mengingat iklan merupakan suatu bentuk komunikasi, tentunya memiliki isi iklan yang mampu menciptakan keyakinan yang positif terhadap atribut-atribut produknya, karena, keyakinan itu akan mendorong sikap positif konsumen terhadap merek tersebut. Daya tarik iklan sendiri mengacu pada pendekatan yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen atau memperngaruhi perasaan mereka terhadap suatu produk. Suatu daya tarik iklan dapat pula dipahami sebagai sesuatu yang menggerakkan orang, berbicara mengenai keinginan atau kebutuhan mereka, dan membangkitkan ketertarikan mereka. Pada dasarnya terdapat berbagai daya tarik yang dapat digunakan dalam mempersiapkan

suatu pesan iklan. Daya tarik dikelompokkan menjadi dua kategori, Daya tarik *Informatif/rasional*, dan daya tarik *emosional*.

Quipper video sendiri mempromosikan produknya melalui beberapa iklan dengan daya tarik iklannya pada masing – masing iklannya, salah satunya iklan televisi Quipper Video adalah versi Maudy Ayunda “Belajar seru dengan materi dan tutor terbaik 30 sec”, iklan tersebut ditayangkan pada bulan juli 2016. Dalam iklan tersebut, Quipper video menggunakan artis cantik Maudy Ayunda sebagai bintang iklannya yang sedang menjelaskan keunggulan – keunggulan yang di miliki oleh Quipper Video. Dari tayangan iklan televisi Quipper Video daya tarik dari iklan tersebut adalah terdapat dari Bintang iklan Quipper video itu sendiri, warna yang di ditampilkan, efek suara, serta cara penyampaian informasi yang mudah di mengerti oleh khalayak yang melihat iklan tersebut sehingga khalayak tertarik dengan Quipper video dan memotivasi mereka untuk belajar dengan menggunakan Quipper Video. Banyak pesaing – pesaing Quipper Video yang lebih dulu hadir tapi tidak mempromosikan produknya melalui televisi, lain hal nya dengan Quipper Video.

Televisi sendiri masih menjadi media elektronik yang cukup banyak peminatnya, walau Indonesia memiliki tingkat pertumbuhan pengguna perangkat teknologi yang cukup besar televisi tetap memainkan peran penting bagi masyarakat. Walaupun saat ini Indonesia memiliki sekitar 41,3 juta pengguna *smarthphone* dan 6 juta pemilik tablet, lebih dari 90 persen penduduk Indonesia (225 juta) memiliki akses sebuah TV. Menurut hasil survey perusahaan konsultan *Brand Millward Brown*, selain memiliki jumlah pengguna yang jauh lebih banyak, para pemirsa Indonesia juga lebih peka terhadap iklan – iklan di Televisi dibanding perangkat teknologi lainnya. Daya tarik iklan melalui media televisi, ternyata, cukup efektif untuk mempromosikan sebuah produk yang di iklan kan. Karena televisi menyapaikan isi pesan dari suatu iklan dengan sangat jelas berkat adanya

visualisasi gambar yang nyata dan audio yang menjadi daya tarik iklan tv sendiri.

Hasil penelitian sebelumnya mengenai Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Line Messenger Versi “Ramadhan Animation” Terhadap Minat Mengunduh. Oleh (Rakhman Azhari, 2010). Berdasarkan hasil penelitian, dapat di ambil kesimpulan bahwa berdasarkan uji korelasi daya tarik iklan LINE messenger versi “*Ramadhan Animation*” diketahui bahwa nilai uji korelasi tersebut yaitu sebesar 0,577 yang artinya bahwa daya tarik iklan LINE messenger versi “*Ramadhan Animation*” memiliki korelasi (hubungan) yang sedang dengan minat mengunduh. Diharapkan juga dengan adanya Daya tarik iklan pada Quipper video dapat memotivasi belajar siswa – siswi yang akan menjelang ujiain dengan menggunakn Quipper Video.

Saat ini bimbek online sudah banyak bermunculan selain Quipper video ada Zenius sebagai pendahulunya sekaligus sebagai kompetitornya. Quipper mulai masuk Indonesia sejak 2014 sedangkan Zenius mulai berdiri sejak 2007. Jika di lihat dari segi promosi Quipper lebih unggul dari Zenius, Quipper melakukan promosi dengan mendatangi sekolah – sekolah dan mengajak siswa – siswi untuk menggunakan Quipper video. Quipper video juga mengiklankan produknya pada media televisi. Iklan dalam suatu produk merupakan hal yang sangat penting karena untuk mempromosikan dan agar dikenal khalayak ramai. Pada iklan Quipper video di media televisi menampilkan Aktris Maudy Ayunda sebagai bintangnya. Dalam iklan Quipper tersebut menampilkan keunggulan – keunggulan yang di miliki oleh Quipper video. Yang membedakan Quipper video dengan Zenius adalah dari segi metode pembelajarannya, jika Desain Quipper video metode pembelajaran onlinenya dengan kelas online dan PR online, sedangkan Zenius menyediakan pembelajaran onlinenya melalui kumpulan video yang berisi materi tetapi tidak memiliki “kelas”. Sedangkan dari segi tampilan website Quipper tampilan websitenya terlihat menarik, yang didominasi dengan warna biru muda yang menjadi cirri khasnya. Sedangkan Zenius tampilan pada websitenya standar dengan warna dominan hitam putih. Dari segi konten yang

disajikan konten pada Quipper video masih terbatas hanya untuk siswa SMP dan SMA, karena mungkin mereka baru hadir di Indonesia, sedangkan Zenius dari segi konten sudah lengkap dari jenjang SD, SMP, dan SMA. Dari segi tampilan video Quipper video menyajikan tampilan berupa seorang guru yang mengajar didepan kelas, sehingga suasana kelas terasa lebih hidup. Sedangkan pada Zenius tampilan video saat mengajar berupa video penjelasan dengan menulis dipapan digital. Yang membuat orang tertarik menggunakan Quipper video yaitu karena belajar menggunakan Quipper video terasa seperti belajar dikelas, serta dari segi tampilan Quipper memang lebih mudah diakses dan tidak membosankan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh daya tarik iklan Quipper Video terhadap motivasi belajar. (Survy pada Pengikut Fanpage Facbeook Quipper Video)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh daya tarik iklan Quipper Video Terhadap Motivasi Belajar. (Survey pada Pengikut Fanpage Facebook Quipper Video?)

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian diatas, peneliti dapat menentukan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh daya tarik isi Quipper Video terhadap Motivasi belajar.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, pengetahuan dan menambah kajian dalam ilmu komunikasi khususnya dalam bidang *Advertising* mengenai pengaruh daya tarik iklan terhadap motivasi belajar.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat guna membantu penulis menggunakan proses penelitian berdasarkan kerangka ilmiah yang diharapkan bagi sebuah skripsi. Penelitian ini akan disusun secara sistematis mengikuti struktur yang telah ada dengan dibagi menjadi 5, yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORITIS

Berisikan teori dan konsep-konsep yang berhubungan terhadap permasalahan yang diteliti, konsep pengaruh, konsep kualitas pelayanan, konsep kepuasan pelanggan kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini merupakan metode penelitian yang meliputi tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang profil perusahaan, hasil penelitian yang meliputi karakteristik responden, analisis variabel X dan variabel Y, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji hipotesis dan pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Saran merupakan masukan positif tentang masalah yang diteliti dan menjadi acuan bagi penyempurnaan penelitian yang dilakukan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisikan referensi buku teori dan jurnal sumber-sumber data yang diperoleh untuk menunjang penulisan skripsi dan penulisan yang dilakukan oleh penulis.

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

