

ruang guru



Sumber: Wikipedia.org & Instagram (Ruang Guru)

Judul Skripsi:

**EFEKTIVITAS PROMOSI DALAM PROGRAM
TELEVISI: “RUANG GURU SPEKTA SEMESTER 2”
(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Orang Tua Pelajar SMAN
42 Jakarta)**

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh
gelar sarjana**

NAMA : REYHAN MAHENDRA

NIM : 1710411025



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2021



SKRIPSI

**EFEKTIVITAS PROMOSI DALAM PROGRAM TELEVISI:
“RUANG GURU SPEKTA SEMESTER 2”**

**(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Orang Tua Pelajar SMAN 42
Jakarta)**

Disusun oleh:

Nama : Reyhan Mahendra

NIM : 1710411025

Pembimbing:

Windhi Tia Saputra, M.Si.

Ratu Laura Mulia Baskara Putri, S.Psi., M.Sc.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan nama semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Reyhan Mahendra

NIM : 1710411025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Juni 2021

Penulis,



Reyhan Mahendra

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Reyhan Mahendra

NIM : 1710411025

Program studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan/*Advertising*

Judul Skripsi : Efektivitas Promosi dalam Program Televisi:
“Ruang Guru Spekta Semester 2” (Studi Deskriptif
Kuantitatif pada Orang Tua Pelajar SMAN 42
Jakarta)

Bahwa penulisan skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing I maupun pembimbing II skripsi dan ketua program studi, sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh selar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing I



(Windhi Tia Saputra, M.Si.)

Pembimbing II



(Ratu Laura Mulia Baskara Putri, S.Psi., M.Sc.)

Ketua Program Studi



(Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.I.Kom)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 22 Juli 2021

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reyhan Mahendra
NIM : 1710411025
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan/*Advertising*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti *Non-Eksklusif* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Efektivitas Promosi dalam Program Televisi: “Ruang Guru Spekta Semester 2” (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Orang Tua Pelajar SMAN 42 Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media-formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Juni 2021

Yang Menyatakan,



Reyhan Mahendra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia serta rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Shalawat serta salam tak lupa juga penulis curahkan kepada junjungan kita, Baginda Rosullulah SAW, kepada keluarga, dan sahabatnya serta kita semua selaku umat-Nya. Semoga kita semua mendapat syafaat-Nya hingga hari kiamat nanti. Skripsi dengan judul Efektivitas Promosi dalam Program Televisi: “Ruang Guru Spekta Semester 2” (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Orang Tua Pelajar SMAN 42 Jakarta) memiliki tujuan untuk memenuhi mata kuliah skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Pembangunan Veteran Jakarta tahun 2021.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis secara langsung atau tidak langsung telah mendapatkan bantuan serta dukungan dari pihak-pihak yang berkaitan. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang sangat berimpah, sehingga penulis diberikan kelancaran dalam menyusun skripsi ini.
2. Seluruh keluarga dan kedua orang tua penulis, terkhusus ibu penulis yang terus menemani, membimbing, dan menyemangati penulis baik dari segi materi maupun moral dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, sebagai kampus identitas penulis dalam membuat skripsi ini.
4. Dr. R. Dudy Heryadi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah membuat kebijakan serta regulasi terkait pelaksanaan mata kuliah skripsi teruntuk mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
5. Ibu Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si selaku Ketua/Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah mengatur serta

memrogramkan mata kuliah skripsi pada semester 8 program studi Ilmu Komunikasi.

6. Mas Windhi Tia Saputra, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah membantu mengarahkan dan memberikan saran serta pendapat terkait dengan isi konten serta materi skripsi.
7. Kak Ratu Laura Mulia Baskara Putri, S. Psi., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah membantu mengarahkan dan memberikan saran serta pendapat terkait dengan sistematika penulisan skripsi.
8. Ruang Guru sebagai objek penelitian yang akan di teliti.
9. SMAN 42 Jakarta sebagai tempat penyedia populasi dan sampel.
10. Seluruh Orang tua yang dijadikan sampel penelitian oleh peneliti dalam skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat dekat terkhusus Meuthia, Diesty, Rhea, Selly, dan Desy yang telah memberikan suntikan atau dorongan semangat serta kritik maupun saran terkait dengan skripsi ini.
12. Mba Nella Kharisma sebagai penyanyi yang menemani penulis selama pembuatan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi para pembaca. Namun terlepas dari itu, dalam menyusun proposal skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, hal ini disebabkan karena keterbatasan, kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang demi terwujudnya sebuah kesempurnaan dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya.

Akhir kata penulis meminta maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan maupun perkataan proposal skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas segala perhatiannya.

Jakarta, 15 Juni 2021

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to be 'R' and 'M' followed by a horizontal flourish.

Reyhan Mahendra

EFEKTIVITAS PROMOSI DALAM PROGRAM TELEVISI: “RUANG GURU SPEKTA SEMESTER 2” (STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF PADA ORANG TUA PELAJAR SMAN 42 JAKARTA)

Abstrak

Dalam perkembangan zaman, dunia pertelevisian merupakan salah satu media yang memiliki tingkat kemajuan teknologi yang cukup pesat pesat. Terkhusus pada sistem *Advertising Broadcast*, televisi menjadi media yang banyak digunakan dalam mempromosikan sebuah *brand* atau produk. Terkait dengan hal tersebut, pada awal tahun 2020, salah satu *platform* pembelajaran *online* terbesar di Indonesia, Ruang Guru, mengadakan sebuah promosi produk atau *brand*-nya dalam bentuk tayangan program televisi. Acara tersebut ditayangkan serentak di beberapa stasiun televisi dengan penayangan program pada saat *prime time*. Dengan hal ini, banyak masyarakat khususnya pengguna sosial media yang membicarakan acara ini, terutama alasan Ruang Guru mempromosikan produknya di banyak stasiun televisi. Banyak juga dari mereka yang notabene adalah kaum milenial dengan rata-rata tingkat pendidikan pelajar merasa terganggu akan tayangan tersebut. Penayangan program tersebut dapat dikatakan massal menargetkan banyak kalangan terutama orang tua pelajar. Maka dari itu, tujuan dari penelitian akan memfokuskan tentang seberapa besar pembuktian keefektifitasan kegiatan promosi yang dilakukan Ruang Guru dalam program televisi: Ruang Guru Spekta Semester 2. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Facet Model of Effect*. Adapun konsep-konsep yang digunakan adalah Efektivitas, Promosi, Efektivitas Promosi, dan Program Televisi. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner yang telah ditentukan. Populasi penelitian ini adalah orang tua pelajar, khususnya orang tua pelajar di SMAN 42 Jakarta Angkatan 36 (alumni) dan mereka yang telah menonton tayangan Ruang Guru Spekta Semester 2 serta penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive* untuk menarik sampel penelitian. Hasil dari penelitian ditentukan bahwa promosi yang dilakukan oleh Ruang Guru melalui program acara televisi Ruang Guru Spekta Semester 2 cukup besar keefektifitasannya dalam mempengaruhi konsumen. Walaupun masih banyaknya masyarakat yang menganggap penyebaran promosi dalam program acara ini terlalu *massive* dan dianggap mengganggu acara televisi yang lain (menurut beberapa masyarakat melalui komentar mereka di sosial media), namun keefektifitasan promosi ini cukup besar mempengaruhi konsumen. Penelitian ini disarankan agar menjadi salah satu sumber informasi mengenai promosi yang ditawarkan oleh Ruang Guru dalam acara Ruang Guru Spekta Semester 2. Serta menjadi bahan rujukan atau referensi perhitungan seberapa besar statistik respon konsumen dari apa yang sudah dipromosikan dalam program acara televisi Ruang Guru Spekta Semester 2 terkhusus dalam mengembangkan serta analisis terkait teori *Facet Model of Effect*.

Kata kunci: Efektivitas, Promosi, Ruang Guru, Program Televisi.

**PROMOTIONAL EFFECTIVENESS IN TELEVISION PROGRAM:
“RUANG GURU SPEKTA SEMESTER 2” (QUANTITATIVE DESCRIPTION
STUDY ON PARENTS OF STUDENTS OF SMAN 42 JAKARTA)**

Abstract

In the development of the times, the world of television is one of the media that has a fairly rapid level of technological progress. Especially in the Advertising Broadcast system, television is a medium that is widely used in promoting a brand or product. In this regard, in early 2020, one of the largest online learning platforms in Indonesia, Ruang Guru, held a product or brand promotion in the form of television program shows. The program was broadcast simultaneously on several television stations with the program broadcast at prime time. With this, many people, especially social media users, talked about this event, especially the reason Ruang Guru was promoting its products on many television stations. Many of them who incidentally are millennials with an average level of student education feel disturbed by the show. The broadcast of the program can be said to be mass targeting many groups, especially parents of students. Therefore, the purpose of the research will focus on how much evidence of the effectiveness of the promotional activities conducted by Ruang Guru in the television program: Ruang Guru Specta Semester 2. The theory used in this study is the Facet Model of Effect theory. The concepts used are Effectiveness, Promotion, Promotion Effectiveness, and Television Programs. This research approach is quantitative with descriptive research type. Researchers collect data by distributing predetermined questionnaires. The population of this research is parents of students, especially parents of students at SMAN 42 Jakarta Batch 36 (alumni) and those who have watched the show Ruang Guru Spekta Semester 2 and this study uses purposive sampling technique to collect research samples. The results of the study determined that the promotion carried out by Ruang Guru through the Ruang Guru Spekta Semester 2 television program was quite effective in influencing consumers. Although there are still many people who think that the spread of promotions in this program is too massive and is considered disturbing other television programs (according to some people through their comments on social media), the effectiveness of this promotion is quite large in influencing consumers. This research is suggested to be one of the sources of information regarding the promotions offered by Ruang Guru in the Ruang Guru Spectacle Semester 2. As well as being a reference material or reference for calculating how much consumer response statistics are from what has been promoted in the Ruang Guru Spekta Semester 2 television program. especially in developing and analyzing the Facet Model of Effect theory.

Keywords: *Effectiveness, Promotion, Ruang Guru, Television Programs.*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Konsep-konsep Penelitian	16
2.2.1 Efektivitas	17
2.2.2 Promosi	17
2.2.3 Efektivitas Promosi.....	20
2.2.4 Program Televisi.....	22
2.3 Teori Penelitian	23
2.3.1 Teori Facet Model of Effect.....	23
2.4 Kerangka Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metodologi Penelitian	34
3.1.1 Pendekatan Penelitian	34
3.1.2 Jenis Penelitian	34
3.1.3 Metode Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	36
3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.3.1 Data Primer	38
3.3.2 Data Sekunder.....	39
3.4 Teknik Analisis Data	39

3.4.1 Operasional Variabel	39
3.4.2 Uji Validitas	41
3.4.3 Uji Reliabilitas	45
3.4.5 Analisis Data Deskriptif.....	47
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	48
3.5.2 Waktu Penelitian.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	50
4.1.1 Ruang Guru.....	50
4.1.2 Ruang Guru Spekta Semester 2	50
4.1.3 Visi dan Misi Ruang Guru	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Hasil Pernyataan	57
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	111
4.2.3 Pembahasan.....	120
BAB V PENUTUP.....	131
5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Saran	133
5.2.1 Saran Akademis	133
5.2.2 Saran Praktis	134
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN.....	xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Kerangka Penelitian	33
Tabel 3.1	: Tabel Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 3.2	: Operasionalisasi Variabel Univariat (Tunggal)	40
Tabel 3.3	: Hasil Uji Variabel Univariat (Tunggal)	43
Tabel 3.4	: Rangkuman Hasil Uji Variabel Univariat (Tunggal)	44
Tabel 3.5	: Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's	46
Tabel 3.6	: Hasil Uji Reliabilitas Univariat (Tunggal)	46
Tabel 3.7	: Interpretasi Klasifikasi Skor	48
Tabel 3.8	: Waktu Penelitian	49
Tabel 4.1	: Analisis Deskriptif Statistik Dimensi Lihat/Dengar: Sisi Persepsi	111
Tabel 4.2	: Analisis Deskriptif Statistik Dimensi Merasakan: Sisi Afektif dan Emosional	113
Tabel 4.3	: Analisis Deskriptif Statistik Dimensi Memahami: Sisi Kognitif	114
Tabel 4.4	: Analisis Deskriptif Statistik Dimensi Koneksi: Sisi Asosiasi	116
Tabel 4.5	: Analisis Deskriptif Statistik Dimensi Keyakinan: Sisi Persuasi	117
Tabel 4.6	: Analisis Deskriptif Statistik Dimensi Tindakan: Sisi Perilaku	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Ruang Guru Spekta Semester 2	3
Gambar 1.2	: ‘Cuitan’ beberapa netizen di sosial media	6
Gambar 1.3	: Grafik alasan pelajar menggunakan Ruang Guru	7
Gambar 1.4	: SMAN 42 Jakarta	8
Gambar 2.1	: <i>The Facets Model of Effects</i>	24
Gambar 4.1	: Logo Ruang Guru	50
Gambar 4.2	: Ruang Guru Spekta Semester 2	51
Gambar 4.3	: Visi dan Misi Ruang Guru	52
Gambar 4.4	: Alamat email responden	55
Gambar 4.5	: Nama bapak/ibu responden	55
Gambar 4.6	: Usia rata-rata responden	56
Gambar 4.7	: Nama anak responden	56
Gambar 4.8	: Hasil Persentase Pernyataan 1.....	57
Gambar 4.9	: Hasil Persentase Pernyataan 2	58
Gambar 4.10	: Hasil Persentase Pernyataan 3	59
Gambar 4.11	: Hasil Persentase Pernyataan 4	60
Gambar 4.12	: Hasil Persentase Pernyataan 5	61
Gambar 4.13	: Hasil Persentase Pernyataan 6	62
Gambar 4.14	: Hasil Persentase Pernyataan 7	63
Gambar 4.15	: Hasil Persentase Pernyataan 8	64
Gambar 4.16	: Hasil Persentase Pernyataan 9	65
Gambar 4.17	: Hasil Persentase Pernyataan 10	66
Gambar 4.18	: Hasil Persentase Pernyataan 11	67
Gambar 4.19	: Hasil Persentase Pernyataan 12	68
Gambar 4.20	: Hasil Persentase Pernyataan 13	69
Gambar 4.21	: Hasil Persentase Pernyataan 14	70

Gambar 4.22	: Hasil Persentase Pernyataan 15	71
Gambar 4.23	: Hasil Persentase Pernyataan 16	72
Gambar 4.24	: Hasil Persentase Pernyataan 17	73
Gambar 4.25	: Hasil Persentase Pernyataan 18	74
Gambar 4.26	: Hasil Persentase Pernyataan 19	75
Gambar 4.27	: Hasil Persentase Pernyataan 20	76
Gambar 4.28	: Hasil Persentase Pernyataan 21	77
Gambar 4.29	: Hasil Persentase Pernyataan 22	78
Gambar 4.30	: Hasil Persentase Pernyataan 23	79
Gambar 4.31	: Hasil Persentase Pernyataan 24	80
Gambar 4.32	: Hasil Persentase Pernyataan 25	81
Gambar 4.33	: Hasil Persentase Pernyataan 26	82
Gambar 4.34	: Hasil Persentase Pernyataan 27	83
Gambar 4.35	: Hasil Persentase Pernyataan 28	84
Gambar 4.36	: Hasil Persentase Pernyataan 29	85
Gambar 4.37	: Hasil Persentase Pernyataan 30	86
Gambar 4.38	: Hasil Persentase Pernyataan 31	87
Gambar 4.39	: Hasil Persentase Pernyataan 32	88
Gambar 4.40	: Hasil Persentase Pernyataan 33	89
Gambar 4.41	: Hasil Persentase Pernyataan 34	90
Gambar 4.42	: Hasil Persentase Pernyataan 35	91
Gambar 4.43	: Hasil Persentase Pernyataan 36	92
Gambar 4.44	: Hasil Persentase Pernyataan 37	93
Gambar 4.45	: Hasil Persentase Pernyataan 38	94
Gambar 4.46	: Hasil Persentase Pernyataan 39	95
Gambar 4.47	: Hasil Persentase Pernyataan 40	96
Gambar 4.48	: Hasil Persentase Pernyataan 41	97
Gambar 4.49	: Hasil Persentase Pernyataan 42	98

Gambar 4.50 : Hasil Persentase Pernyataan 43	99
Gambar 4.51 : Hasil Persentase Pernyataan 44	100
Gambar 4.52 : Hasil Persentase Pernyataan 45	101
Gambar 4.53 : Hasil Persentase Pernyataan 46	102
Gambar 4.54 : Hasil Persentase Pernyataan 47	103
Gambar 4.55 : Hasil Persentase Pernyataan 48	104
Gambar 4.56 : Hasil Persentase Pernyataan 49	105
Gambar 4.57 : Hasil Persentase Pernyataan 50	106
Gambar 4.58 : Hasil Persentase Pernyataan 51	107
Gambar 4.59 : Hasil Persentase Pernyataan 52	108
Gambar 4.60 : Hasil Persentase Pernyataan 53	109
Gambar 4.61 : Hasil Persentase Pernyataan 54	110