



**HUBUNGAN ANTARA KEEFEKTIFAN *TAGLINE* DENGAN
BRAND IMAGE OPPO**

(Survei Pada Siswa/I Kelas X dan XI SMA Negeri 34 Jakarta)

SKRIPSI

KHAIRUNNISA

1310411098

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

2017



**HUBUNGAN ANTARA KEEFEKTIFAN *TAGLINE* DENGAN
BRAND IMAGE OPPO
(Survei Pada Siswa/I Kelas X dan XI SMA Negeri 34 Jakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

KHAIRUNNISA

1310411098

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang di kutip maupun yang di rujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Khairunnisa

NRP : 1310411098

Tanggal : 11 Juli 2017

Bilamana di kemudian hari di temukan ketidak sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Juli 2017

Yang Menyatakan,



(Khairunnisa)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khairunnisa
NRP : 1310411098
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

HUBUNGAN ANTARA KEEFEKTIFAN *TAGLINE* DENGAN *BRAND IMAGE* OPPO (Survei Pada Siswa/I Kelas X dan XI SMA Negeri 34 Jakarta).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, menggali media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan 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 : 11 Juli 2017

Yang menyatakan,




Khairunnisa


PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :


Nama : Khairunnisa
NRP : 1310411098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : HUBUNGAN ANTARA KEEFEKTIFAN *TAGLINE*
DENGAN *BRAND IMAGE* OPPO (Survei Pada Siswa/I
Kelas X dan XI SMA Negeri 34 Jakarta)


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.



Dr. Anter Venus, M. A. Comm
Penguji I


Dr. Anter Venus, M. A. Comm
Dekan




Damayanti, S.Sos, M.Si
Ketua Penguji


Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si
Penguji II


Damayanti, S.Sos, M.Si
Kepala Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 11 Juli 2017

HUBUNGAN ANTARA KEEFEKTIFAN *TAGLINE* DENGAN *BRAND IMAGE* OPPO

(Survei pada siswa/i Kelas X dan XI SMA Negeri 34 Jakarta)

Khairunnisa

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mencari tau adanya pengaruh hubungan antara *tagline* dengan *brand image* OPPO. OPPO saat ini telah menjadi smartphone yang patut untuk diperhitungkan di pasar ponsel Indonesia. OPPO hadir dengan *tagline* barunya yaitu “*camera phone*” yang sebelumnya OPPO “*smartphone*”, yang berarti kelebihan utama OPPO yaitu terletak pada kemampuan kamera tingkat tinggi. OPPO terus berusaha untuk memanjakan konsumennya dengan fitur unggulan agar sasaran utama yaitu remaja dapat beralih ke *smartphone* asli asal Cina ini. *Tagline* yang efektif harus memperhatikan beberapa elemen penting yaitu asli, dapat dipercaya, sederhana, mempengaruhi, meyakinkan dan mudah diingat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif, dan metode penelitian menggunakan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah siswa kelas X dan XI SMA Negeri 34 Jakarta sebanyak 576 orang dengan 85 responden menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi antara efektivitas *tagline* OPPO dan *brand image* adalah cukup. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh variabel X dan variabel Y sebesar 31,4%. Hipotesis yang menyatakan bahwa H_a semakin efektif *tagline* OPPO maka semakin kuat *brand image* OPPO diterima.

Kata kunci : oppo, *tagline*, *brand image*

**THE RELATIONSHIP BETWEEN EFFECTIVENESS OF A
TAGLINE WITH THE BRAND IMAGE OF OPPO
(Survey Conducted in Students Class X and XI SMA Negeri 34
Jakarta)**

Khairunnisa

Abstract

The study is done to find out the influence the relationship between a tagline with the brand image of OPPO. OPPO when this has been a smartphone that deserve to reckoned at market cell phone Indonesia. OPPO present with a tagline his new namely “camera phone” formerly oppo “smartphone”, which means excess main OPPO is on the ability of the camera a high level. OPPO to continue to try to indulge of consumers with features of seed namely that the main target of teenagers could turn to smartphone native from china this. A tagline effective have to take some important element that is native, trustworthy, simple, affecting, convincing and easy to remember. This research used a quantitative approach, the kind of research eksplanatif, and methods the research uses a method of surveying. Population to research this is a student X and XI public SMA 34 jakarta as much as 576 people with 85 respondents using formulas slovin. This research result indicates that the correlation between the effectiveness of a tagline OPPO and the brand image of is quite. Test the coefficients determination shows that variable influence X and variable Y of 31.4%. A hypothesis that stated that Ha had been more effectively a tagline oppo the more strong the brand image of oppo accepted.

Keywords : oppo, tagline, brand image

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil penulis selesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah “**Hubungan Antara Keefektifan *Tagline* Dengan *Brand Image* OPPO**”. Berbagai hambatan dan kesulitan telah penulis selesaikan dengan baik. Namun hal itu tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak.

Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyempatkan waktu untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan semangat dan rekan-rekan seperjuangan yaitu Meiliza, Andini, Ririn, Ajeng, Ria, Pundhy, Rieke, Ami, Rizki dan Ery yang saling mensupport satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya penulis pada umumnya.

Jakarta, 11 Juli 2017



(Khairunnisa)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	5
I.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	8
II.1 Teori Dasar	8
II.2 Definisi Konsep.....	17
II.3 Kerangka Pikir.....	23
II.4 Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
III.1 Desain Penelitian.....	25
III.2 Populasi dan Sampel	26
III.3 Teknik Penentuan Sampel.....	27
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
III.5 Operasionalisasi Variabel.....	28
III.6 Teknik Analisis Data.....	31
III.7 Waktu dan Tempat Penelitian	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
IV.2 Deskripsi Subjek Penelitian	45
IV.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
IV.4 Uji Korelasi.....	68
IV.5 Uji Koefisien Determinasi	69
IV.6 Uji Hipotesis	70
IV.7 Pembahasan.....	71

BAB V PENUTUP.....	75
V.1 Kesimpulan.....	75
V.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penjualan Ponsel Q2 di Indonesia 2016.....	3
Tabel 2 Variabel X.....	28
Tabel 3 Variabel Y.....	30
Tabel 4 Skala Likert.....	32
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	33
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	33
Tabel 7 Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	34
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel X.....	35
Tabel 9 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	35
Tabel 10 Interpretasi Korelasi.....	36
Tabel 11 Sarana dan Prasarana.....	48
Tabel 12 Karakteristik Responden.....	49
Tabel 13 Pernyataan Variabel X1.....	50
Tabel 14 Pernyataan Variabel X2.....	50
Tabel 15 Pernyataan Variabel X3.....	51
Tabel 16 Pernyataan Variabel X4.....	51
Tabel 17 Pernyataan Variabel X5.....	52
Tabel 18 Pernyataan Variabel X6.....	53
Tabel 19 Pernyataan Variabel X7.....	53
Tabel 20 Pernyataan Variabel X8.....	53
Tabel 21 Pernyataan Variabel X9.....	54
Tabel 22 Pernyataan Variabel X10.....	54
Tabel 23 Pernyataan Variabel X11.....	55
Tabel 24 Pernyataan Variabel X12.....	55
Tabel 25 Pernyataan Variabel X13.....	56
Tabel 26 Pernyataan Variabel X14.....	56
Tabel 27 Pernyataan Variabel X15.....	57
Tabel 28 Pernyataan Variabel X16.....	57
Tabel 29 Pernyataan Variabel X17.....	58
Tabel 30 Pernyataan Variabel X18.....	58
Tabel 31 Pernyataan Variabel X19.....	59
Tabel 32 Pernyataan Variabel Y1.....	59
Tabel 33 Pernyataan Variabel Y2.....	60
Tabel 34 Pernyataan Variabel Y3.....	60
Tabel 35 Pernyataan Variabel Y4.....	61
Tabel 36 Pernyataan Variabel Y5.....	61
Tabel 37 Pernyataan Variabel Y6.....	62
Tabel 38 Pernyataan Variabel Y7.....	62
Tabel 39 Pernyataan Variabel Y8.....	63
Tabel 40 Pernyataan Variabel Y9.....	63
Tabel 41 Pernyataan Variabel Y10.....	64
Tabel 42 Pernyataan Variabel Y11.....	64
Tabel 43 Pernyataan Variabel Y12.....	65
Tabel 44 Pernyataan Variabel Y13.....	65
Tabel 45 Keefektifan <i>Tagline</i> OPPO (Variabel X).....	67

Tabel 46 <i>Brand Image</i> OPPO (Variabel Y)	68
Tabel 47 <i>Correlation</i>	69
Tabel 48 Koefisien Determinasi.....	69
Tabel 49 Tabulasi Silang.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Perubahan <i>Tagline</i> OPPO.....	2
Gambar 2 Kerangka Pikir.....	23
Gambar 3 Logo OPPO	39
Gambar 4 Logo SMA Negeri 34 Jakarta.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Lembar Pengesahan A.2.2
- Lampiran 3 Lembar Pengesahan A.5
- Lampiran 4 Surat Permohonan Riset
- Lampiran 5 Surat Pengantar Riset
- Lampiran 6 Hasil TOEFL
- Lampiran 7 Sertifikat Outbound
- Lampiran 8 Surat Bebas Perpustakaan
- Lampiran 9 Kuesioner
- Lampiran 10 Hasil Kuesioner
- Lampiran 11 Dokumentasi