



**PENGARUH *MOBILE ADVERTISING* TERHADAP *BRAND*  
*AWARENESS* APLIKASI HOOQ  
(Survei kepada Pengunjung Grapari Telkomsel BSD)**

**SKRIPSI**

**RATNA SUMINAR**

**1310411159**

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



**PENGARUH *MOBILE ADVERTISING* TERHADAP *BRAND*  
*AWARENESS* APLIKASI HOOQ  
(Survei kepada Pengunjung Grapari Telkomsel BSD)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Komunikasi**

**RATNA SUMINAR**

**1310411159**

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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ratna Suminar

NRP : 131.0411.159

Tanggal : 14 Juli 2017

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

Jakarta, 14 Juli 2017

Yang Menyatakan,

*ratna*  
  
(Ratna Suminar)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai citivas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,  
saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ratna Suminar  
NRP : 131.0411.159  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : SI Komunikasi – Periklanan

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:

**Pengaruh *Mobile Advertising* Terhadap *Brand Awareness* Aplikasi Hooq  
(Survei kepada Pengunjung Grapari Telkomsel BSD)**

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.

Jakarta, 14 Juli 2017  
Yang Menyatakan,

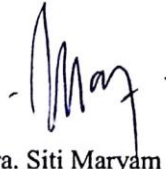


(Ratna Suminar)

## PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :  
Nama : Ratna Suminar  
NRP : 131.0411.159  
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Periklanan  
Judul : Pengaruh *Mobile Advertising* Terhadap *Brand Awareness* Aplikasi Hooq (Survei kepada Pengunjung Grapari Telkomsel BSD)

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.



Dra. Siti Maryam M.Si

Ketua Penguji



Dr. Kusumajanti

Penguji I




Dr. Anita Venus, M.A. Comm

Dekan



Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si

Penguji II



Damayanti, S.Sos, M.Si

Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 14 Juli 2017

**Pengaruh *Mobile Advertising* Terhadap *Brand Awareness* Aplikasi Hooq  
(Survei Kepada Pengunjung Grapari Telkomsel BSD)**

**Ratna Suminar**

**Abstrak**

Latar belakang dari penelitian ini adalah tentang kebutuhan masyarakat terhadap media hiburan. Telkomsel yang merupakan operator dengan pengguna terbanyak menurut survei pada tahun 2016 bekerjasama dengan aplikasi Hooq, yaitu aplikasi nonton film *streaming* melalui ponsel untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap media hiburan. Salah satu kegiatan dalam periklanan yang dilakukan Telkomsel adalah dengan *mobile advertising* dalam bentuk SMS untuk membentuk *brand awareness* dibenak konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh *mobile advertising* terhadap *brand awareness* aplikasi Hooq (survei kepada pengunjung Grapari Telkomsel BSD). Pada penelitian ini menggunakan teori S-O-R dimana SMS promo sebagai stimulus, dengan menggunakan *mobile advertising* sebagai media untuk beriklan, diharapkan dapat menimbulkan pengaruh pada *brand awareness* pengguna operator. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian eksplanatif dengan metode survei kuesioner lapangan. Penelitian ini diambil dari pengunjung Grapari Telkomsel BSD dengan jumlah populasi 6000 pengunjung dalam sebulan sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 98 responden. Dari penelitian ini terdapat pengaruh *mobile advertising* terhadap *brand awareness* aplikasi Hooq sebesar 46,2 % yang artinya sebagian pengunjung Grapari Telkomsel BSD mengetahui aplikasi Hooq dari *mobile advertising* sementara sisanya 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti mengetahui aplikasi Hooq melalui iklan TVC, melalui event-event tertentu dan melalui *billboard*.

**Kata kunci** : *mobile advertising*, *brand awareness*, teori S-O-R

**Effect of Mobile Advertising on Brand Awareness Hooq Application  
(Survey to Visitors of Grapari Telkomsel BSD)**

**Ratna Suminar**

**Abstract**

The background of this research is about the community's need for entertainment media. Telkomsel which is the operator with the most users according to the survey in 2016 in collaboration with the application Hooq, the application watched streaming movies via mobile to meet the needs of the community to the entertainment media. One of the activities in advertising is done by Telkomsel with mobile advertising in the form of SMS to form brand awareness dibenak consumer. The purpose of this study is to measure the magnitude of the effect of mobile advertising on brand awareness Hooq application (survey to visitors Grapari Telkomsel BSD). In this research use S-O-R theory where SMS promo as stimulus, using mobile advertising as media to advertise, is expected to give influence to operator operator awareness. The research approach used is quantitative by using the type of explanative research with survey questionnaire method in the field. This study was taken from the visitor Grapari Telkomsel BSD with the population of 6000 visitors in a month so that the number of samples of 98 respondents obtained. From this research there is influence of mobile advertising to brand awareness of Hooq application equal to 46,2% which mean some visitor of Grapari Telkomsel BSD know Hooq application from mobile advertising while the rest 53,8% influenced by other factor not discussed in this research like knowing Hooq application through TVC ads, through certain events and through billboards.

**Keywords :** mobile advertising, brand awareness, S-O-R theory

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Mobile Advertising* Terhadap *Brand Awareness* Aplikasi Hooq (Survei kepada Pengunjung Grapari Telkomsel BSD)”. Terima Kasih kepada Bapak Dr. Anter Venus, M.A., Comm selaku Dekan FISIP Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta, Ibu Damayanti S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Fitria Ayuningtyas S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing, Bapak dan Ibu dosen, serta staf dan karyawan FISIP Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta yang sudah membantu selama masa perkuliahan.

Disamping itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada bapak, mamah dan juga keluarga yang memberikan doa serta dukungan selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini. Selain itu terima kasih juga di sampaikan kepada teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang memberikan semangat dan membantu mulai dari sebelum hingga skripsi ini selesai.

Jakarta, 14 Juli 2017

Peneliti



(Ratna Suminar)



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	12
I.3 Tujuan Penelitian.....	12
I.4 Manfaat Penelitian.....	12
I.5 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
II.1 Teori Dasar.....	14
II.2 Definisi Konsep.....	16
II.3 Kerangka Berpikir .....	20
II.4 Operasional Konsep.....	21
II.5 Perumusan Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
III.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	22
III.2 Populasi dan Sampel .....	22
III.3 Teknik Penarikan Sampel .....	24
III.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
III.5 Operasional Variabel .....	25
III.6 Teknik Analisis Data .....	32
III.7 Waktu dan Tempat Penelitian .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
IV.1 Objek Penelitian.....	40
IV.2 Hasil Penelitian.....	42
IV.3 Uji Korelasi .....	67
IV.4 Uji Determinasi.....	68
IV.5 Uji Regresi .....	69

IV.6 Uji Hipotesis .....	69
IV.7 Analisis Pembahasan .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
V.1 Kesimpulan .....	75
V.2 Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Likert .....	25
Tabel 2 Operasional Variabel X .....	27
Tabel 3 Operasional Variabel Y .....	30
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	33
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	34
Tabel 6 Pengambilan Keputusan Uji Reliabilitas .....	35
Tabel 7 Reliabilitas Variabel X .....	36
Tabel 8 Reliabilitas Variabel Y .....	36
Tabel 9 Interpretasi Koefisiensi Korelasi Nilai .....	37
Tabel 10 Jadwal Penelitian .....	39
Tabel 11 Jenis Kelamin Responden .....	44
Tabel 12 Usia Responden .....	44
Tabel 13 Jenis Pekerjaan Responden .....	45
Tabel 14 Pertanyaan Karakteristik .....	45
Tabel 15 Pernyataan 1 .....	46
Tabel 16 Pernyataan 2 .....	47
Tabel 17 Pernyataan 3 .....	47
Tabel 18 Pernyataan 4 .....	48
Tabel 19 Pernyataan 5 .....	49
Tabel 20 Pernyataan 6 .....	49
Tabel 21 Pernyataan 7 .....	50
Tabel 22 Pernyataan 8 .....	51
Tabel 23 Pernyataan 9 .....	51
Tabel 24 Pernyataan 10 .....	52
Tabel 25 Pernyataan 11 .....	53
Tabel 26 Pernyataan 12 .....	53
Tabel 27 Pernyataan 13 .....	54
Tabel 28 Pernyataan 14 .....	55
Tabel 29 Pernyataan 15 .....	55
Tabel 30 Skala Interval Variabel X .....	57
Tabel 31 Pernyataan 1 .....	58
Tabel 32 Pernyataan 2 .....	58
Tabel 33 Pernyataan 3 .....	59
Tabel 34 Pernyataan 4 .....	59
Tabel 35 Pernyataan 5 .....	60
Tabel 36 Pernyataan 6 .....	61
Tabel 37 Pernyataan 7 .....	61
Tabel 38 Pernyataan 8 .....	62
Tabel 39 Pernyataan 9 .....	63
Tabel 40 Pernyataan 10 .....	63
Tabel 41 Pernyataan 11 .....	64
Tabel 42 Pernyataan 12 .....	65
Tabel 43 Skala Interval Variabel Y .....	66
Tabel 44 Uji Korelasi .....	67

Tabel 45 Uji Koefisien Determinasi .....	68
Tabel 46 Uji Regresi .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pelanggan Operator Seluler di Indonesia tahun 2016 .....	6
Gambar 2 Layanan Video <i>On-Demand</i> Paling Populer .....	8
Gambar 3 Contoh SMS Promo Hooq dari Telkomsel .....	9
Gambar 4 Lambang Aplikasi Hooq .....	10
Gambar 5 Contoh Aplikasi Hooq pada Ponsel.....	11
Gambar 6 Teori S-O-R.....	14
Gambar 7 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	19
Gambar 8 Kerangka Berpikir .....	20
Gambar 9 Logo Aplikasi Hooq .....	40
Gambar 10 Logo PT. Telkomsel .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat A.2.2  
Surat A.5
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Permohonan Riset
- Lampiran 3 : Surat Pengantar Riset
- Lampiran 4 : Kartu Hasil Studi
- Lampiran 5 : Hasil Tes TOEFL
- Lampiran 6 : Surat Bebas Perpustakaan
- Lampiran 7 : Sertifikat Outbound
- Lampiran 8 : Print Out Pembayaran
- Lampiran 9 : Daftar Kehadiran Mengikuti Seminar Ujian Skripsi
- Lampiran 10 : Ijazah SMA
- Lampiran 11 : Kuesioner
- Lampiran 12 : Tabel Identitas Responden, Pernyataan Variabel X dan Y, T tabel,  
R tabel
- Lampiran 13 : Lampiran Foto Penyebaran Kuesioner