



PENGARUH TERPAAN IKLAN TRAVELOKA TERHADAP *BRAND AWARENESS* (SURVEI PADA PELAJAR SMP-SMA NEGERI RAGUNAN KHUSUS OLAHRAGAWAN, JAKARTA SELATAN)

Nama : Shabrina Zulfa Zakirah

NIM : 1410411040



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



**PENGARUH TERPAAN IKLAN TRAVELOKA
TERHADAP *BRAND AWARENESS***

**(Survei pada Pelajar SMP-SMA Negeri Ragunan Khusus
Olahragawan, Jakarta Selatan)**

SKRIPSI

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

SHABRINA ZULFA ZAKIRAH

1410411040

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

2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shabrina Zulfa Zakirah
NRP : 1410411040
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, Januari 2018

Yang menyatakan,



Shabrina Zulfa Zakirah

PENGESAHAN

Nama : Shabrina Zulfa Zakirah
NIM : 1410411040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN IKLAN TRAVELOKA TERHADAP
BRAND AWARENESS (Survei pada Pelajar SMP-SMA Negeri
Ragunan Khusus Olahragawan, Jakarta Selatan)

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.

Pembimbing Utama



Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si

Pembimbing Pendamping



Windhi Tia Saputra, S.Sos, M.Si

Ketua Program Studi



Damayanti, S.Sos, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Januari 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu dengan judul **“PENGARUH TERPAAN IKLAN TRAVELOKA TERHADAP *BRAND AWARENESS* (SURVEI PADA PELAJAR SMP-SMA NEGERI RAGUNAN KHUSUS OLAHRAGAWAN, JAKARTA SELATAN)”**. Terima kasih peneliti ucapkan kepada Ibu Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing utama dan Windhi Tia Saputra, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing pendamping yang telah banyak meluangkan waktu, membimbing dan memberikan saran yang sangat bermanfaat bagi peneliti. Kepada Bapak Dr. Anter Venus, MA. Comm, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP).

Disamping itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada kedua orang tua, serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan peneliti semangat dan doa. Peneliti juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman terlebih untuk Angkatan 2014 FISIP UPN “Veteran” Jakarta dan teman-teman terdekat peneliti yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada Icha, Shasa, Aini, Dingga, dan XIS.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan untuk mendapatkan perbaikan yang lebih baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, Januari 2018

Peneliti



Shabrina Zulfa Zakirah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Shabrina Zulfa Zakirah
NRP : 1410411040
Fakultas : 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:

PENGARUH TERPAAN IKLAN TRAVELOKA TERHADAP BRAND AWARENESS (Survei pada Pelajar SMP-SMA Negeri Ragunan Khusus Olahragawan, Jakarta Selatan)

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 Januari 2018

Yang menyatakan,



Shabrina Zulfa Zakirah

PENGARUH TERPAAN IKLAN TRAVELOKA TERHADAP *BRAND AWARENESS*

(Survei pada Pelajar SMP-SMA Negeri Ragunan Khusus Olahragawan, Jakarta Selatan)

Shabrina Zulfa Zakirah

Abstrak

Besarnya pengeluaran iklan dan tingginya intensitas iklan Traveloka di media elektronik dan media *online* menyebabkan semakin tinggi kemungkinan khalayak terterpa iklan Traveloka. Kemudian berdampak kepada timbulnya kesadaran akan merek Traveloka yang kemudian mempengaruhi perilaku khalayak untuk mengikuti pesan yang disampaikan iklan yaitu agar mengakses Traveloka.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan Traveloka terhadap *brand awareness*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan ialah survei. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Advertising Exposure*. Tipe penelitian ini adalah eksplanatori. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus, yaitu seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Teknik analisis pengaruh variabel Y terhadap variabel X menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program *SPSS (Statistic Product and Service Solution)* versi 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi dari variabel X dengan variabel Y sebesar 0,835. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 69,7%. Dengan demikian perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $21,54 > 1,652$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan Traveloka terhadap *brand awareness*.

Kata kunci : Terpaan iklan, kesadaran merek, Traveloka

**THE INFLUENCE OF TRAVELOKA ADVERTISING EXPOSURE TOWARDS
BRAND AWARENESS
(Survey on Junior-Senior High School Student Ragunan Country Special Sportsman,
South Jakarta)**

Shabrina Zulfa Zakirah

Abstract

The amounts of advertising spending and rising intensity of Traveloka advertising in electronic media and online media led to the higher likelihood of audience affected Traveloka advertising. Then have an impact upon the incidence of awareness of the brand Traveloka which then affect the behavior of your audience to follow the message of the advertisement that is in order to access the Traveloka.com. This research aims to know the influence of exposure to advertising Traveloka against the brand awareness. This research was conducted with the use of quantitative research approach. The research method used is survey. The theory used in this research is the theory of Advertising Exposure. This research type is eksplanatori. Sample withdrawal technique in this study using census methods, i.e., the entire population was made a research sample. The technique analysis of influence of variable Y against X variable using the coefficient determination test. Testing technique of data processed using the SPSS program (Product and Service Statistics Solutions) version 21. The results of this research show that the correlation of the variable X with variable Y of 0.835. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination is obtained the results of the existence of a pengaruh variable X against Y variables of 69,7%. Thus the calculations $t_{\text{calculate}} > t_{\text{table}}$ i.e. $21,54 > 1.652$ then it can be inferred H_0 denied and H_a is received. Thus it can be concluded there was significant influence between the exposure to advertising Traveloka against brand awareness (survey on State School Junior-Senior High School Sportsman Student Ragunan, South Jakarta).

Keywords: advertising exposure, brand awareness, Traveloka

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
PENGESAHAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	13
2.3 Teori Penelitian	17
2.4 Kerangka Berpikir	19
2.5 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Metodologi Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Metode Analisis Data	29
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2 Hasil Penelitian	44
4.3 Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2	Data Skala Likert.....	25
Tabel 3	Operasionalisasi Variabel X.....	26
Tabel 4	Operasionalisasi Variabel Y	27
Tabel 5	<i>Alpha Cronbach's</i>	31
Tabel 6	Nilai Interpretasi Koefisiensi Korelasi	32
Tabel 7	Uji Validitas Variabel X	35
Tabel 8	Uji Validitas Variabel Y	35
Tabel 9	Uji Reliabilitas Variabel X	36
Tabel 10	Uji Reliabilitas Variabel Y	36
Tabel 11	Waktu Penelitian	37
Tabel 12	Usia Responden	45
Tabel 13	Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 14	Pernah Melihat Iklan Traveloka	46
Tabel 15	Pernyataan X1	46
Tabel 16	Pernyataan X2	47
Tabel 17	Pernyataan X3	47
Tabel 18	Pernyataan X4	48
Tabel 19	Pernyataan X5	48
Tabel 20	Pernyataan X6	49
Tabel 21	Pernyataan X7	49
Tabel 22	Pernyataan X8	50
Tabel 23	Pernyataan X9	50
Tabel 24	Skala Interval Variabel X	51
Tabel 25	Pernyataan Y1	52
Tabel 26	Pernyataan Y2	53
Tabel 27	Pernyataan Y3	53
Tabel 28	Pernyataan Y4	54
Tabel 29	Pernyataan Y5	54
Tabel 30	Pernyataan Y6	55
Tabel 31	Pernyataan Y7	55
Tabel 32	Pernyataan Y8	56
Tabel 33	Pernyataan Y9	56
Tabel 34	Pernyataan Y10	57
Tabel 35	Pernyataan Y11	57
Tabel 36	Skala Interval Variabel Y	59
Tabel 37	Hasil Perhitungan Uji Korelasi	59
Tabel 38	Koefisiensi Determinasi	60
Tabel 39	Hasil Hitung Uji Regresi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik kunjungan Traveloka melalui <i>desktop</i>	4
Gambar 2	<i>Screenshot</i> Iklan TV Traveloka	5
Gambar 3	Piramida <i>Brand Awareness</i>	16
Gambar 4	Kerangka Berpikir	19
Gambar 5	Logo Traveloka	38
Gambar 6	Produk Traveloka dalam Aplikasi	40
Gambar 7	Logo SMP-SMA Negeri Ragunan Khusus Olahragawan	42
Gambar 8	Struktur Organisasi SMP-SMAN Ragunan Khusus Olahragawan	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Form A2.2	A1
	Form A5	A3
	Surat Permohonan Riset Ke SMP-SMAN Ragunan	
	Khusus Olahragawan	A4
	Surat Balasan Dari SMP-SMAN Ragunan	
	Khusus Olahragawan	A5
Lampiran B	Kuesioner	B1
	Hasil Jawaban Kuesioner	B5
	Hasil Output SPSS	B15
Lampiran C	(Sertifikat Kegiatan Selama Kuliah)	C1
Lampiran D	Daftar Riwayat Hidup	D1
Lampiran E	Foto-Foto Hasil Penelitian	E1