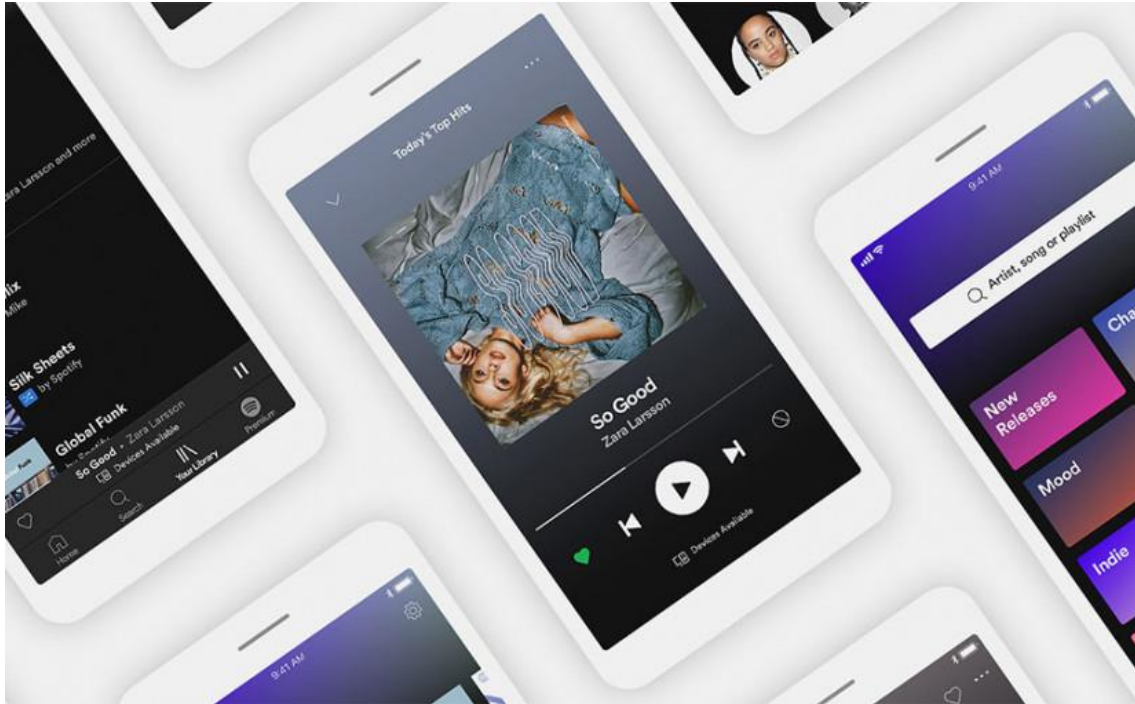




[www. Spotify.com](https://www.spotify.com)

Judul Skripsi :

**PENGARUH TERPAAN IKLAN *POP UP* DI APLIKASI *SPOTIFY NON PREMIUM* TERHADAP *BRAND AWARENESS***  
(Survei Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Di Universitas Al-Azhar Jakarta Indonesia)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Deska Ahmanara

NIM : 1410411102



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



**PENGARUH TERPAAN IKLAN *POP UP* DI APLIKASI *SPOTIFY NON PREMIUM*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
(Survei Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Di Universitas Al-Azhar Jakarta  
Indonesia)**

**Skripsi**

**Diajukan Sebagai Salah Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu**

**Komunikasi**

**Deska Ahmanara  
1410411102**

**ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2018**

Teruntuk kedua orangtua ku tercinta,  
Akhirnya skripsi ini telah terlaksana dan terselesaikan,  
Terimakasih telah memberikan semangat hingga sampai saat ini,  
Terimakasih atas bantuan, doa dan motivasi yang telah diberikan

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Deska Ahmanra

NRP : 1410411102

Tanggal : 29 Juni 2018

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak kesesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berbatas.

Jakarta, 29 Juni 2018

Yang menyatakan



Deska Ahmanara

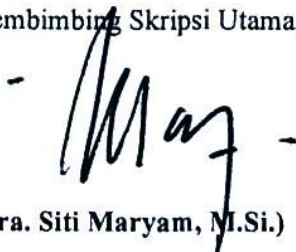
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Deska Ahmanara  
NRP : 1410411102  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN *POP UP* DI APLIKASI *SPOTIFY NON PREMIUM* TERHADAP *BRAND AWARENESS*** (Survei Pada mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Jakarta )

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

Pembimbing Skripsi Utama,



(Dra. Siti Maryam, M.Si.)

Pembimbing Skripsi Pendamping,



(Puri Bestari Mardani, S.Hum., M.Si.)

Ketua Program Studi



(Damayanti, S.Sos., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : Juli 2018

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

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

Nama : Deska Ahmanara  
Nrp : 1410411102  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan Ilmu pengetahuan, memyetujui 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 *POP UP* DI APLIKASI *SPOTIFY NON PREMIUM* TERHADAP *BRAND AWARENESS* (Survei Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Di Universitas Al-Azhar Jakarta Indonesia)

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 (*datebase*), 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, Juni 2018

Yang menyatakan



Deska Ahmanara

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah Yang Maha Besar dan nikmat yang telah diberikan kepada penulis baik nikmat sehat rohani maupun jasmani. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan *Pop Up* di Aplikasi *Spotify Non Premium* Terhadap *Brand Awareness* (Survei Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi di Universitas Al-Azhar Jakarta Indonesia)”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi dalam jenjang pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam penelitian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, namun berkat adanya bimbingan dari berbagai pihak pada akhirnya hambatan dan kesulitan tersebut dapat diatasi dengan baik.

Untuk itu peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dra. Siti Maryam M.Si selaku Wakil Dekan 1 dan Dosen Pembimbing Utama Atas bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Puri Bestari Mardani S.Hum., M.Si selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah membimbing dan membantu proses penyelesaian skripsi ini.
3. Damayanti, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
4. Dr. Antar Venus M.A Comm selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
5. Dr. Kuncoro Hadi, S.T., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Jakarta Indonesia.
6. Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Jakarta Indonesia yang sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan riset penelitian
7. Rekan-rekan seperjuangan skripsi TIM GORENGAN DINGIN, MAJU LANCAR FC, Dll
8. Rekan-Rekan TIM KUE SUBUH, REMAJA MASJID, dan FIVE TV yang sudah memberikan doa dan semangat selama peneliti melakukan penelitian.

Jakarta, 29 Juni 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Deska Ahmanara' with a stylized flourish at the end.

Deska Ahmanara



## DAFTAR ISI

|                                                                       |      |
|-----------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL.....                                                   |      |
| HALAMAN JUDUL.....                                                    |      |
| LEMBAR PERSEMBAHAN .....                                              | ii   |
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....                                         | iii  |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS v |      |
| KATA PENGANTAR .....                                                  | vi   |
| ABSTRAK.....                                                          | viii |
| ABSTRACT .....                                                        | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                                      | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                   | xiii |
| DAFTAR TABEL.....                                                     | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                 | xv   |
| <br>                                                                  |      |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                               | 1    |
| I.1 Latar Belakang .....                                              | 1    |
| I.2 Rumusan Masalah .....                                             | 3    |
| I.3 Tujuan Penelitian .....                                           | 4    |
| I.4 Manfaat Penelitian.....                                           | 4    |
| I.5 Sistematika Penelitian .....                                      | 4    |
| <br>                                                                  |      |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                         | 6    |
| II.1 Penelitian Terdahulu .....                                       | 6    |
| II. 2 Konsep-Konsep Penelitian.....                                   | 8    |
| II.2.1 Terpaan iklan .....                                            | 8    |
| II.2.2 <i>Brand Awareness</i> .....                                   | 9    |
| II.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>brand awareness</i> .....   | 10   |
| II.3 Teori.....                                                       | 11   |
| II.3.1 Teori <i>Uses And Gratifications</i> .....                     | 11   |
| II.3.2 Definisi Iklan .....                                           | 13   |
| II.3.3 Tujuan Periklanan.....                                         | 14   |
| II.3.4 Media Internet.....                                            | 15   |
| II.3.5 <i>Spotify</i> .....                                           | 15   |
| II. 4 Kerangka Pikir .....                                            | 16   |
| II. 5 Hipotesis .....                                                 | 17   |

|                                                               |               |
|---------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                         | <b>18</b>     |
| III.1 Pendekatan Penelitian.....                              | 18            |
| III.2 Jenis Penelitian .....                                  | 18            |
| III.3 Populasi Dan Sampel.....                                | 18            |
| III.3.1 Populasi .....                                        | 18            |
| III.3.2 Sampel.....                                           | 19            |
| III.4 MetodePengumpulan Data .....                            | 20            |
| III.5 Metode Analisis Data .....                              | 21            |
| III.5.1 Operasional Variabel.....                             | 21            |
| III.5.2 Uji Validitas .....                                   | 24            |
| III.5.3 Uji Realibilitas.....                                 | 24            |
| III.5.4 Uji Korelasi .....                                    | 25            |
| III.5.5 Uji Regresi.....                                      | 26            |
| III.5.6 Koefisien Determinasi.....                            | 27            |
| III.5.7 Uji Hipotesis.....                                    | 27            |
| III.5.8 Hasil Pretest.....                                    | 28            |
| III.5.9 Hasil Uji Reliabilitas .....                          | 30            |
| III.6 Waktu Penjadwalan .....                                 | 30            |
| <br><b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>       | <br><b>32</b> |
| IV.1 Profil Perusahaan.....                                   | 32            |
| IV.1.1 Sejarah Dari <i>Spotify</i> .....                      | 32            |
| IV.1.2 Sejarah Dan Filosofi Universitas Al-Azhar Jakarta..... | 32            |
| IV.1.3 Visi dan Misi Universitas Al-Azhar Indonesia .....     | 33            |
| IV.2 Hasil Penelitian .....                                   | 33            |
| IV.3. Karakteristik Responden .....                           | 34            |
| IV.4 Data Analisis Variabel X.....                            | 36            |
| IV.5 Data Analisis Variabel Y.....                            | 44            |
| IV.6 Teknik Analisis Data .....                               | 54            |
| IV.6.1 Uji Korelasi .....                                     | 54            |
| IV.6.2 Koefisien Determinasi.....                             | 55            |
| IV.6.3 Uji Regresi .....                                      | 56            |
| IV.6.4 Uji Hipotesis .....                                    | 57            |
| IV.7 Pembahasan .....                                         | 57            |

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>      | <b>60</b> |
| V.1 Kesimpulan.....             | 60        |
| V.2 Saran .....                 | 61        |
| <br><b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>62</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| GAMBAR 1 iklan <i>pop up</i> .....                  | 16 |
| GAMBAR 2 <i>Teori Uses And Gratifications</i> ..... | 21 |
| GAMBAR 3 Kerangka Pikir .....                       | 36 |
| GAMBAR 4 Logo Dari <i>Spotify</i> .....             | 37 |
| GAMBAR 5 Llogo Dari Uai .....                       | 37 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....                                                  | 6  |
| Tabel 2 Operasional Variabel.....                                                   | 25 |
| Tabel 3 <i>Aplha Cronbach's</i> .....                                               | 28 |
| Tabel 4 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi.....                                  | 29 |
| Tabel 5 Uji Validitas Variabel X.....                                               | 31 |
| Tabel 6 Uji Validitas Variabel Y.....                                               | 32 |
| Tabel 7 Uji Realibilitas Variabel X.....                                            | 34 |
| Tabel 8 Uji Realibilitas Variabel Y .....                                           | 34 |
| Tabel 9 Usia Responden .....                                                        | 39 |
| Tabel 10 Jenis Kelamin Responden .....                                              | 40 |
| Tabel 11 Pekerjaan.....                                                             | 40 |
| Tabel 12 Pendidikan Terakhir Dari Responden .....                                   | 41 |
| Tabel 13 Mengetahui Aplikasi <i>Spotify</i> .....                                   | 41 |
| Tabel 14 mengetahui Iklan <i>Pop Up</i> Di <i>Spotify</i> .....                     | 42 |
| Tabel 15 Melihat Jenis-Jenis Iklan Yang Bermunculan.....                            | 42 |
| Tabel 16 Iklan Yang Di Tampilkan <i>Spotify</i> Dibuat Secara Rinci dan Detail..... | 43 |
| Tabel 17 Adanya Kerisihan Pengguna Pada Saat Melihat Iklan Di <i>Spotify</i> .....  | 43 |
| Tabel 18 Pengguna Menerima Adanya Iklan Di <i>Spotify</i> .....                     | 44 |
| Tabel 19 Memperhatikan Lama/Sebentar Iklan .....                                    | 44 |
| Tabel 20 Iklan Yang Sudah Direncanakan.....                                         | 45 |
| Tabel 21 Durasi Iklan Yang Dibuat Meghabiskan Hal Tidak Perlu .....                 | 45 |
| Tabel 22 Iklan Yang Membuat Pengguna Merasa Bosan .....                             | 46 |
| Tabel 23 Memahami Beberapa Keunikan Iklan.....                                      | 47 |
| Tabel 24 Pengguna Dapat Mengenali Dari Beberapa Jenis Iklan .....                   | 47 |
| Tabel 25 Pengguna Memperhatikan Iklan Dari Awal Hingga Akhir.....                   | 48 |
| Tabel 26 Merasakan Gangguan Terhadap Beberapa Iklan Di <i>Spotify</i> .....         | 48 |
| Tabel 27 Iklan Di <i>Spotify</i> Hanya Sebuah Informasi.....                        | 49 |
| Tabel 28 Skala Interval Variabel X.....                                             | 50 |
| Tabel 29 Aplikasi <i>Spotify</i> Adalah Aplikasi Yang Banyak Diminati .....         | 51 |
| Tabel 30 Aplikasi <i>Spotify</i> Mampu Bersaing Dengan Pesaingnya .....             | 52 |
| Tabel 31 Banyaknya Pilihan Lagu .....                                               | 52 |
| Tabel 32 Memposisikan <i>Spotify</i> Sebagai Aplikasi Terbaik Di Dunia.....         | 53 |
| Tabel 33 Logo Yang Mudah Diingat .....                                              | 53 |
| Tabel 34 Nama Aplikasi Yang Mudah Diucap .....                                      | 54 |
| Tabel 35 Tampilan Aplikasi Yang Sangat Mudah Digunakan.....                         | 54 |
| Tabel 36 Memiliki Beberapa Iklan Promosi Dari Musisi Dipenjuru Dunia .....          | 55 |
| Tabel 37 <i>Spotify</i> Memiliki Bentuk Logo Yang Menarik Perhatian.....            | 55 |
| Tabel 38 Aplikasi Terbaik Dibandingkan Dengan Pesaingnya.....                       | 56 |
| Tabel 39 Pengguna Yang Menyadari Iklan Berbasis <i>Non Premium</i> .....            | 57 |
| Tabel 40 Banyaknya Konsumen Yang Masih Ragu Dengan Aplikasi Ini .....               | 57 |
| Tabel 41 <i>Spotify</i> Adalah Aplikasi Yang Paling Digemari.....                   | 58 |
| Tabel 42 Pengguna Yang Tidak Mengingat Iklan Yang Sering Muncul .....               | 58 |
| Tabel 43 Pengguna Merasa Risih Iklan Berbasis <i>Non Premium</i> .....              | 59 |
| Tabel 44 Skala Interval Variabel Y .....                                            | 60 |
| Tabel 45 Nilai Koefisien Determinasi .....                                          | 61 |
| Tabel 46 Hasil Uji Korelasi.....                                                    | 61 |
| Tabel 47 Koefisien Determinasi.....                                                 | 62 |
| Tabel 48 Uji Regresi .....                                                          | 63 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|            |                                            |
|------------|--------------------------------------------|
| Lampiran A | Surat A2.2 (Kegiatan Konsultasi Skripsi)   |
| Lampiran B | Surat A5 (Tanda Persetujuan Ujian Skripsi) |
| Lampiran C | Surat Pengantar Riset                      |
| Lampiran D | Kuesioner dan Lampiran Hasil Kuesioner     |
| Lampiran E | Successive Interval                        |
| Lampiran F | Surat Keterangan Bebas Perpustakaan FISIP  |
| Lampiran G | Sertifikat Selama Kuliah                   |