



Judul Skripsi:

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN INDOESKRIM VERSI “KISAH LEGENDA NUSANTARA” DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE* TERHADAP PENINGKATAN *BRAND AWARENESS*

(Survei pada Siswa-siswi SMK Keluarga Widuri)

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

Nama : Siti Fahrunnisa

NIM : 1410411068



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN INDOESKRIM VERSI
“KISAH LEGENDA NUSANTARA” DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE*
TERHADAP PENINGKATAN *BRAND AWARENESS*
(Survei pada Siswa-siswi SMK Keluarga Widuri)**

SKRIPSI

SITI FAHRUNNISA

1410411068

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 : Siti Fahrunnisa
NRP : 1410411068
Tanggal : 15 Januari 2018

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

Jakarta, 15 Januari 2018

kan,
METERAI TEMPEL
3C774AEF97597126
6000
ENAM RIBURUPIAH
Siti Fahrunnisa

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Fahrunnisa
NRP : 1410.411.068
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : 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 DAYA TARIK IKLAN INDOESKRIM VERSI "KISAH LEGENDA NUSANTARA" DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PENINGKATAN BRAND AWARENESS (Survei pada Siswa-siswi SMK Keluarga Widuri)**

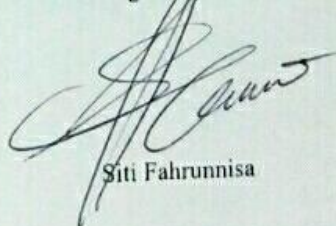
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 15 Januari 2018

Yang Menyatakan.



Siti Fahrunnisa

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Siti Fahrunnisa

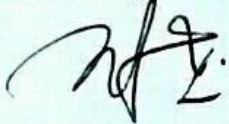
NRP : 1410411068

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : PENGARUH DAYA TARIK IKLAN INDOESKRIM VERSI "KISAH LEGENDA NUSANTARA" DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE* TERHADAP PENINGKATAN BRAND AWARENESS (Survei pada Siswa-siswi SMK Keluarga Widuri)

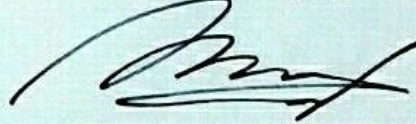
Telah berhasil dipertahankan dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing Utama



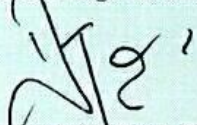
Ir. Drina Intvaswati, M. Si

Pembimbing Pendamping



Ahmad Zakki A. S.IP, M. Si

Ketua Program Studi



Damayanti, S.Sos, M.Si

Dotetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Januari 2018

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN INDOESKRIM VERSI
“KISAH LEGENDA NUSANTARA” DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE*
TERHADAP PENINGKATAN *BRAND AWARENESS***

(Survei pada Siswa-siswi SMK Keluarga Widuri)

Siti Fahrunnisa

1410411068

ABSTRAK

Hasil penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang. Indoeskrim merupakan salah satu merek es krim lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Iklan Indoeskrim Versi “Kisah Legenda Nusantara” Di Media Sosial *Youtube* Terhadap Peningkatan *Brand Awareness*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori difusi inovasi, pengertian iklan, fungsi iklan, media sosial, *youtube*, daya tarik iklan, dan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei untuk melaksanakan penelitian dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 116 responden. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa, dari persamaan regresi dapat Pengaruh Daya Tarik Iklan Indoeskrim Versi “Kisah Legenda Nusantara” Di Media Sosial *Youtube* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Peningkatan *Brand Awareness* dengan persentase sebesar 22,2%

Kata kunci : Daya Tarik Iklan, *Brand Awareness*, Teori Difusi Inovasi

***INFLUENCE OF POWER OF ADVERTISING INDOESKRIM
VERSION "LEGEND NUSANTARA STORY" IN SOCIAL YOUTUBE
MEDIA ON THE IMPROVEMENT OF BRAND AWARENESS***

(Survey to Students of SMK Keluarga Widuri)

Siti Fahrunnisa

1410411068

ABSTRACT

The results of this study is for conducted an answer the problems that exist in the background. Indoeskrim is one of the local ice cream brands. The purpose of this study is to determine the effect of Indoeskrim Ads Version "Legend Stories Archipelago" In Youtube Social Media Against Increasing Brand Awareness. The theory used in this research is Diffusion of Innovation Theory, understanding of advertising, advertising, advertising function, social media, youtube, ad attraction, and brand awareness. This research uses a quantitative approach and uses survey methods to carry out research by spreading the questionnaire. The sample used was 116 respondents. The result of regression analysis shows that, from the regression equation, the influence of the attraction of Indoeskrim version of "Legend of Nusantara Story" in Youtube Social Media has a positive and significant influence on Brand Awareness Improvement with percentage of 22.2%.

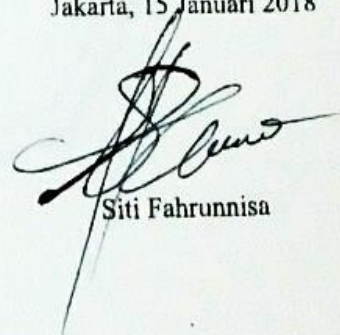
Keywords: Ad Attraction, Brand Awareness, Diffusion of innovation Theory

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya karena telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN INDOESKRIM VERSI “KISAH LEGENDA NUSANTARA” DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PENINGKATAN BRAND AWARENESS (Survei pada Siswa-siswi SMK Keluarga Widuri)**. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan trima kasih kepada yang terhormat :

Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Kepada orangtua, saudara, dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan laporan skripsi. Terimakasih pula kepada Bapak Dr. Anter Venus, M.A, Comm selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Ibu Damayanti, S. Sos, M. Si selaku Ketua Program Bidang Studi Komunikasi. Ibu Ir. Drina Intiyaswati M, Si selaku Pembimbing I, dan Bapak Ahmad Zakki A. Sip. M, Si, M.I selaku Pembimbing II, terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi. Ibu Ana Kuswanti, S. Ikom, M. Si selaku Dosen Pembimbing Akademik. Begitu juga untuk rekan-rekan yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. pada akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Jakarta, 15 Januari 2018



Siti Fahrunnisa

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	
PERNYATAAN PERSETUJUAN	
PENGESAHAN	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	9
2.2.1 Iklan	9
2.2.2 Fungsi Iklan.....	9
2.2.3 Media Sosial.....	10
2.2.3 <i>Youtube</i>	10
2.2.4 Daya Tarik Iklan.....	11
2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	12
2.3 Teori Penelitian	13
2.3.1 Teori Difusi Inovasi	13
2.4 Kerangka Berpikir.....	16
2.5 Hipotesis Penelitian.....	17
2.6 Operasional Variabel.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19

3.1	Metodelogi Penelitian	19
3.2	Populasi dan Sampel.....	19
3.2.1	Populasi.....	19
3.2.2	<i>Sampel</i>	20
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.3.1	Data Primer	22
3.4	Metode analisis data	22
3.4.1	Uji Validitas.....	23
3.6.2	Uji Realibilitas.....	28
3.5.1	Analisis Regresi	29
3.5	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	31
4.1.1	PT INDOLAKTO	31
4.1.2	Visi dan Misi PT INDOLAKTO.....	32
4.2	Profil SMK Keluarga Widuri	32
4.2.1	Visi dan Misi SMK Keluarga Widuri	33
4.2	Hasil Penelitian	33
4.2.1	Karakteristik Responden	33
4.2.2	Analisis Dimensi Variabel X : Daya Tarik Iklan	35
4.2.3	Analisis Pernyataan Variabel X : Daya Tarik Iklan	36
4.2.4	<i>Analisis Dimensi Variabel Y : Brand Awareness</i>	49
4.2.5	<i>Analisis Pernyataan Variabel Y Brand Awareness</i>	51
4.3	Pembahasan.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	<i>Saran</i>	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kerangka Berpikir	16
Tabel 2 Oprasional Variabel X.....	18
Tabel 3 Oprasional Variabel Y.....	18
Tabel 4 Skala Likert	25
Tabel 5 Hasil uji validitas (X) Daya Tarik Iklan	25
Tabel 6 Hasil <i>output</i> uji validitas variabel X (Pritest) SPSS	26
Tabel 7 Hasil <i>output</i> uji validitas variabel Y (Pritest) SPSS	27
Tabel 8 Hasil Uji Validitas (Y) <i>Brand Awareness</i>	27
Tabel 9 Nilai Alpha <i>Cronbach's</i>	28
Tabel 10 Uji Realibilitas Variabel X	29
Tabel 11 Uji Realibilitas Variabel Y	29
Tabel 12 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	30
Tabel 13 Usia Responden	34
Tabel 14 Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 15 Tanggapan Dimensi Variabel X	35
Tabel 16 Tanggapan Dimensi Variabel X	36
Tabel 17 Jawaban Responden Pernyataan 1	37
Tabel 18 Jawaban Responden Pernyataan 2.....	37
Tabel 19 Jawaban Responden Pernyataan 3.....	38
Tabel 20 Jawaban Responden Pernyataan 4.....	39
Tabel 21 Jawaban Responden Pernyataan 5.....	39
Tabel 22 Jawaban Responden Pernyataan 6.....	40
Tabel 23 Jawaban Responden Pernyataan 7.....	41
Tabel 24 Jawaban Responden Pernyataan 8.....	41
Tabel 25 Jawaban Responden Pernyataan 9.....	42
Tabel 26 Jawaban Responden Pernyataan 10.....	43
Tabel 27 Jawaban Responden Pernyataan 11	43
Tabel 28 Jawaban Responden Pernyataan 12.....	44
Tabel 29 Jawaban Responden Pernyataan 13.....	45
Tabel 30 Jawaban Responden Pernyataan 14.....	45
Tabel 31 Jawaban Responden Pernyataan 15.....	46

Tabel 32 Jawaban Responden Pernyataan 16.....	47
Tabel 33 Skala Interval Variabel (X) Daya Tarik Iklan	48
Tabel 34 Tanggapan Dimensi Variabel Y	49
Tabel 35 Tanggapan Dimensi Variabel Y	49
Tabel 36 Tanggapan Dimensi Variabel Y	50
Tabel 37 Tanggapan Dimensi Variabel Y	51
Tabel 38 Jawaban Responden Pernyataan 1	52
Tabel 39 Jawaban Responden Pernyataan 2.....	52
Tabel 40 Jawaban Responden Pernyataan 3.....	53
Tabel 41 Jawaban Responden Pernyataan 4.....	54
Tabel 42 Jawaban Responden Pernyataan 5.....	54
Tabel 43 Jawaban Responden Pernyataan 6.....	55
Tabel 44 Jawaban Responden Pernyataan 7.....	56
Tabel 45 Jawaban Responden Pernyataan 8.....	56
Tabel 46 Jawaban Responden Pernyataan 9.....	57
Tabel 47 Jawaban Responden Pernyataan 10.....	58
Tabel 48 Jawaban Responden Pernyataan 11.....	58
Tabel 49 Jawaban Responden Pernyataan 12.....	59
Tabel 50 Skala Interval Variabel (Y) <i>Brand Awareness</i>	60
Tabel 51 Analisis Regresi.....	63
Tabel 52 Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo PT. INDOLAKTO.....	32
Gambar 2 Logo SMK Keluarga Widuri	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Form Tanda Persetujuan Skripsi (A2.2)	A1
	Form Kegiatan Konsultasi (A.5)	A2
	Surat Riset	A3
	Surat Keterangan Selesai Riset	A4
Lampiran B	Kuesioner	B1
	Tabel Olah Data SPSS	B2
Lampiran C	Sertifikat	C1
Lampiran D	Daftar Riwayat Hidup	D1
Lampiran E	Dokumentasi	E1