



Sumber : google.com

Judul Skripsi :

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN GOOGLE DUO DI TELEVISI TERHADAP
BRAND AWARENESS
(Survei Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta Jurusan Teknik Informatika)**

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

Nama : YenandaNafisa
NRP : 1410411180



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



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN GOOGLE DUO DI TELEVISI TERHADAP
BRAND AWARENESS**

(Survei Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta Jurusan Teknik Informatika)

Skripsi

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

Yenanda Nafisa

1410411180

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2018**

Kupersembahkan skripsi ini untuk orang tercinta dan tersayang **Papa, Mama, Adik,
dan Muhammad Yusuf**

Kupersembahkan skripsi ini karena telah memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini, penulis ucapkan terimakasih sebesar-besarnya, kebaikan kalian tidak akan bisa penulis ganti oleh apapun.

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Yenanda Nafisa

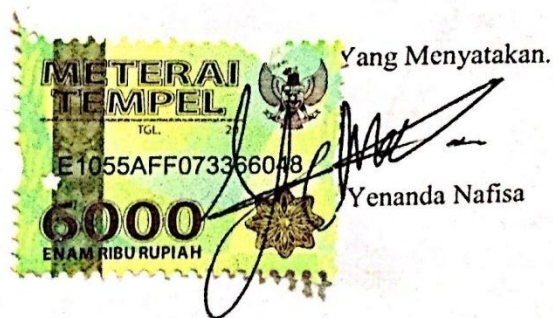
NRP : 1410411180

Tanggal : 03 Juli 2018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Yang Menyatakan.



The stamp is green with a serrated edge. It features the Garuda Pancasila emblem at the top right. The text on the stamp includes 'METERAI TEMPEL' at the top, 'TGL.' followed by a line for the date, the serial number 'E1055AFF073366048', the value '6000' in large bold letters, and 'ENAM RIBU RUPIAH' at the bottom. A black ink signature is written across the stamp.

Yenanda Nafisa

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Yenanda Nafisa

NRP : 1410411180

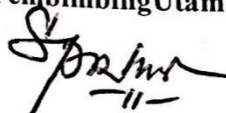
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

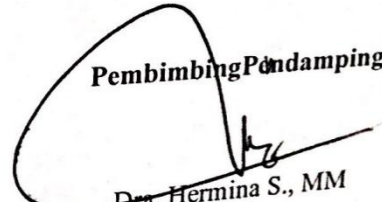
Judul : **Pengaruh Daya Tarik Iklan Google Duo Di Televisi Terhadap Brand Awareness**

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


Drs. Supratman, M. Si

Pembimbing Pendamping


Dra. Hermina S., MM

Ketua Program Studi


Darmayanti, S. Sos, M. Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian: 3 Juli 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat dan Hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Iklan Google Duo Di Televisi Terhadap *Brand Awareness*” (Survei Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta Jurusan Teknik Informatika.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun, sangat penulis harapkan.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan motivasi serta partisipasi dari semua pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Drs. Supratman, M, Si selaku Pembimbing I, terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
2. Hermina S., M. M selaku Pembimbing II, terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
3. Damayanti, S. Sos, M. Si selaku Ketua Program Bidang Studi Komunikasi.
4. Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta
5. Dr. Anter Venus, M.A, Comm selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
6. Staf Tata Usaha serta MIKMAS Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta
7. Teman-teman terbaik Rizka Chairina, Fajar Riyanto, Ade Ermanto, dan Imas Isdiati, Anggia Yuke yang telah memberi dukungan, motivasi, waktu dan senantiasa membantu dalam melaksanakan riset, terima kasih telah mendengar suka dan duka penulis di kala penulis hampir menyerah, dan terima kasih atas segala kebahagiaan yang kalian berikan untuk penulis.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

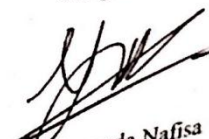
Nama : Yenanda Nafisa
NRP : 1410.411.180
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekslusif(*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **:PENGARUH DAYA TARIK IKLAN GOOGLE DUO DI TELEVISI TERHADAP BRAND AWARENESS.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Hak Bebas Royalty 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.

Yang Menyatakan.



Yenanda Nafisa

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN GOOGLE DUO DI TELEVISI TERHADAP BRAND AWARENESS

(Survei Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta Jurusan Teknik Informatika)

YENANDA NAFISA

Abstrak

Latar belakang dalam penelitian ini menjelaskandaya tarik iklan Google Duo yang ditayangkan di televisi terhadap *brand awareness* yang bertujuan untukmengetahui ada atau tidaknya pengaruh daya tarik dari iklan Google Duo di media televisi.Iklan Google Duo yang berdurasi 15 detik dikemas semenarik mungkin agar khalayak tertarik dan sadar terhadap brand tersebut serta menjadikan iklan Google Duo sebagai puncak pikiran khalayak.Hal ini membuat penulis melakukan penelitian Pengaruh Daya Tarik Iklan Google Duo di Televisi Terhadap *Brand Awareness*.Iklan Google Duo di Televisi, penulis menggunakan teori *Stimulus-Organism-Response*dengan populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta jurusan teknik Informatika sebanyak 341 responden, jumlah sampel yang didapatkan berdasarkan rumus Slovin sebanyak 100 responden.Daya Tarik diukur berdasarkan dua dimensi yaitu Daya Tarik Informatif, Daya Tarik Emosional.Kesadaran merek diukur berdasarkan empat dimensi yaitu *Top Of Mind*, *Brand Recall*, *Brand Recognition*, *Unware Of Brand*. Hasil analisis regresi menunjukan bahwa, Pengaruh Daya Tarik Iklan Google Duo di Televisi Terhadap *Brand Awareness* yang positif dan signifikan dalam kesadaran merek.Daya Tarik Iklan Google Duo di Televisi mempunyai kontribusi sebesar 42,0% terhadap *Brand Awareness*.

Kata Kunci : Daya Tarik, *Brand Awareness*, *Stimulus-Organism-Response Theory*

**THE INFLUENCE APPEAL OF GOOGLE DUO ADS ON TELEVISION AGAINST
THE BRAND AWARENESS
(Survey on Student's UPN "Veteran's" Jakarta Majoring Informatics Engineering)**

Yenanda Nafisa

Abstract

Background in this research explains the appeal of Google Duo ads that aired on television against the brand awareness that aims to find out or no influence the appeal of Google Duo ads in television media. Google Duo ads that lasted 15 seconds as attractive as possible so that audiences packed the interested and aware of the brand and made against Google Duo ads as the top of the mind of audiences. This makes the author does research Influence the appeal of Google Duo ads on television against the Brand Awareness. Google Duo ads on television, the author uses the theory of Stimulus-Organism-Response with a population in this study are students UPN "Veteran" Jakarta Department of computer engineering as many as 341 respondents, the number of samples obtained based on Slovin formula as much as 100 respondents. Attractiveness is measured based on two dimensions, namely the attractiveness of informative, Emotional Appeal. Brand awareness is measured based on the four dimensions that is Top Of Mind, Brand Recall, Brand Recognition, Unaware Of the Brand. The results of the regression analysis showed that, influence the appeal of Google Duo ads on television against the Brand Awareness in a positive and significant in brand awareness. The appeal of Google Duo ads on television have a contribution of 42.0% against Brand Awareness.

Keywords: Appeal, Brand Awareness, Stimulus-Organism-Response Theory

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN	vi
Abstrak	vii
Abstract.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
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 TEORI.....	 8
II.1 Penelitian Terdahulu	8
II.2 Konsep-Konsep Penelitian	10
II.2.a Pengaruh.....	10
II.2.b Daya Tarik Iklan	10
II.2.c Iklan Media Televisi	12
II.2.d <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	13
II.3 Teori Penelitian	16
II.3.a Teori SOR (<i>Stimulus-Organism-Response</i>)	16
II.3.b Periklanan.....	17
II.4 Kerangka Berpikir.....	19
II.5 Hipotesis Penelitian.....	20
II.6 Operasional Variabel.....	20
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 22
III.1 Metode Penelitian.....	22
III.2 Populasi dan Sampel	23
III.2.a Populasi 23	
III.2.b Sampel	24
III.3 Metode Pengumpulan Data	25
III.3.a Data Primer	25
III.3.b Data Sekunder	26
III.4 Metode Analisis Data	26
III.4.a Uji Validitas	27
III.4.b Uji Reliabilitas	31
III.4.c Uji Regresi	33
III.4.d Koefisien Determinasi.....	33

III.4.e Uji Korelasi	33
III.4.f Uji t	34
III.5 Tempat dan Waktu Penelitian	35
III.5.a Tempat Penelitian.....	35
III.5.a Waktu Penelitian	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	36
IV.1.a Profil Google	36
IV.2 Hasil Penelitian	38
IV.2.a Karakteristik Responden	38
IV.2.b Analisis Pernyataan Variabel X :Daya Tarik	40
IV.2.c Analisis Pernyataan Variabel Y : <i>Brand Awareness</i>	45
IV.2.d Uji Korelasi	54
IV.2.e Uji Regresi	55
IV.2.f Koefisien Determinasi.....	56
IV.2.g Uji Hipotesis.....	56
IV.3 Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
V.1 Kesimpulan	60
V.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2	Operasional Variabel	21
Tabel 3	Skala <i>Likert</i>	29
Tabel 4	Uji Validitas Variabel X <i>Pretest</i>	30
Tabel 5	Uji Validitas Variabel Y <i>Pretest</i>	31
Tabel 6	Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	33
Tabel 7	Uji Reliabilitas X.....	33
Tabel 8	Uji Reliabilitas Y	33
Tabel 9	Nilai Interpretasi Koefisien	35
Tabel 10	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	37
Tabel 11	Usia Responden (N=100)	41
Tabel 12	Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 13	Pendidikan Terakhir Responden	42
Tabel 14	Pekerjaan Responden.....	42
Tabel 15	Pernyataan Daya Tarik Iklan Google Duo	43
Tabel 16	Jawaban Responden Pernyataan 1.....	44
Tabel 17	Jawaban Responden Pernyataan 2.....	44
Tabel 18	Jawaban Responden Pernyataan 3.....	45
Tabel 19	Jawaban Responden Pernyataan 4.....	45
Tabel 20	Jawaban Responden Pernyataan 5.....	46
Tabel 21	Jawaban Responden Pernyataan 6.....	46
Tabel 22	Penilaian Daya Tarik (Variabel X).....	48
Tabel 23	Jawaban Responden Pernyataan 7.....	49
Tabel 24	Jawaban Responden Pernyataan 8.....	49
Tabel 25	Jawaban Responden Pernyataan 9.....	50
Tabel 26	Jawaban Responden Pernyataan 10.....	50
Tabel 27	Jawaban Responden Pernyataan 11.....	51
Tabel 28	Jawaban Responden Pernyataan 12.....	51
Tabel 29	Jawaban Responden Pernyataan 13.....	52
Tabel 30	Jawaban Responden Pernyataan 14.....	52
Tabel 31	Jawaban Responden Pernyataan 15.....	53
Tabel 35	Jawaban Responden Pernyataan 16.....	53
Tabel 36	Jawaban Responden Pernyataan 17.....	54
Tabel 37	Jawaban Responden Pernyataan 18.....	54
Tabel 38	Jawaban Responden Pernyataan 19.....	55
Tabel 39	Jawaban Responden Pernyataan 20.....	55
Tabel 40	Penilaian <i>Brand Awareness</i> (Variabel Y).....	57
Tabel 41	Hasil Perhitungan Uji Korelasi.....	58
Tabel 42	Hasil Analisis Regresi	58
Tabel 43	Hasil Uji Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1Piramida Merek	15
Gambar 2Kerangka Berpikir	19
Gambar 2Logo Google Duo	38

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Surat Riset.....	A
	Surat Balasan Riset.....	A
LAMPIRAN B	Lembar Kuesioner.....	B
	Data Variabel X dan Y	B
	Uji Validitas X dan Y	B
	Uji Reliabilitas X dan Y	B
	Hasil Uji Regresi, Korelasi, dan Koefisien Determinasi.....	B
	Tabel Statistik r	B
	Tabel Statistik t	B
LAMPIRAN C	Sertifikat TOEFL	C
	Sertifikat Inbound dan Outbound.....	C
	Sertifikat selama kuliah.....	C
LAMPIRAN D	Dr Riwayat Hidup	D