

PENGARUH KESESUAIAN TATAKRAMA PARIWARA INDONESIA PADA  
IKLAN BINTANG TOEDJOE MASUK ANGIN VERSI “JONATAN  
CHRISTIE DAN MELANEY RICARDO” TERHADAP PERSEPSI  
KHALAYAK

(Survei dilakukan pada Masyarakat Kelurahan Jatikramat, Jatiasih, Bekasi)

**Nur Alfiatun Nisa**

**Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kesesuaian tatakrama pariwisata Indonesia pada iklan Bintang Toedjoe Masuk Angin Versi ” Jonathan Christie dan Melaney Ricardo” Terhadap Persepsi Khalayak. Tujuan penelitian untuk menginformasikan tentang seberapa besar Kesesuaian Tatakrama Pariwisata Indonesia pada iklan Bintang Toedjoe Masuk Angin “Jonatan Christie dan Melaney Ricardo” yang ditayangkan pada televisi dan media dapat mempengaruhi persepsi khalayak (Survei dilakukan pada masyarakat kelurahan Jatikramat, Jatiasih, Bekasi). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori A-T-R. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Jatikramat, Jatiasih, Bekasi, dan sampel menggunakan rumus *Slovin* yang kemudian didapatkan sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* yaitu *sampling Purposive*, untuk memperoleh jawaban dari sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji korelasi variabel X (kesesuaian tatakrama) terhadap variabel Y (persepsi khalayak) sebesar 0,504. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 25,4%. Hasil uji t didapatkan t hitung > t tabel yaitu t hitung 5,780 > t tabel 1,660, maka dapat disimpulkan H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa terdapat pengaruh yang sedang atau cukup kesesuaian tatakrama terhadap persepsi khalayak.

**Kata Kunci:** Kesesuaian tatakrama pariwisata Indonesia, Teori A-T-R, Persepsi Khalayak.

*THE EFFECT OF CONFORMITY TATAKRAMA PARIWARA INDONESIA ADS  
BINTANG TOEDJOE MASUK ANGIN VERSION OF "JONATAN CHRISTIE  
AND MELANEY RICARDO" AGAINST THE PERCEPTION OF THE  
AUDIENCE*

*(The survey was conducted on the General Wards Kelurahan Jatikramat, Jatiasih,  
Bekasi)*

***Nur Alfiatun Nisa***

**Abstract**

*The purpose of this study is the influence of conformity tatakrama pariwisata Indonesia on the ads Bintang Toedjoe Masuk Angin version of "Jonathan Christie and Melaney Ricardo" against the perception of the Audience, explained by A-T-R theory. The goal of research to inform you about how big the Conformity Tatakrama Pariwisata Indonesia on the ads Bintang Toedjoe Masuk Angin "Jonathan Christie and Melaney Ricardo" that aired on televisi and the media can influence the perception of audiences (the survey was conducted on the general wards Jatikramat, Jatiasih, Bekasi). Using quantitative study method, the data are collected with questionnaire. The population in this research is the community neighborhood Jatikramat, Jatiasih, Bekasi. Sample is set as much as 100 participants based on Slovin formula and obtained with purposive non-probability sampling technique. The study showed that the correlation value between variable X (compliance tatakrama) and variable Y (the perception of the audience) = 0,504<sup>a</sup>. The determination of the correlation indicates that there is a causality relationship between suitability of tatakrama against audience perceptions as much as 25,4%. T test value of 5,780 > 1,660 t table showed that H0 is rejected and Ha accepted. From the study, it can be concluded that there is a moderate or considerable influence the suitability of tatakrama against audience perception.*

***Keyword:*** *Compliance tatakrama pariwisata Indonesia, the theory of the A-T-R, the perception of the Audience.*