

**ETIKA
PERIKLANAN
INDONESIA**



Sumber: @fcbintangtoedjoe

Judul Skripsi:

**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)

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

Nama : Nur Alfiatun Nisa

NIM : 1510411101



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

**ETIKA
PERIKLAMAN
INDONESIA**



Sumber: @fcbintangtoedjoe

Judul Skripsi:

**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)

Nama : Nur Alfiatun Nisa

NIM : 1510411101



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nur Alfiatun Nisa

NRP : 1510411101

Tanggal : 19 Januari 2019

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

Jakarta, 19 Januari 2019



[Handwritten Signature]

Nur Alfiatun Nisa

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Nur Alfiatun Nisa
NRP : 1510411101
Konsentrasi : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : 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)

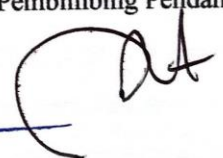
Telah berhasil dipertahankan dihadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Mengetahui dan Menyetujui,

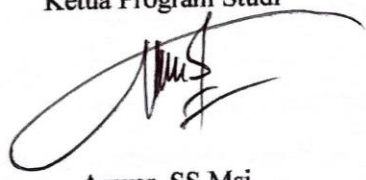
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


(Dr. Ispawati Asri, MM)


(Ratu Nadya W., S.Ikom., MM)

Ketua Program Studi


Azwar, SS.Msi

Ditetapkan : Jakarta
Tanggal Ujian : 19 Januari 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu, yang “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). Skripsi ini disusun bertujuan guna memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata I Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Periklanan FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada:

1. Dr. Ispawati Asri, MM Si selaku Dosen Pembimbing 1. Terimakasih banyak atas segala bimbingan, saran dan kritiknya yang membangun untuk penulis dan penyelesaian skripsi ini.
2. Ratu Nadya W., S.Ikom., MM selaku Dosen Pembimbing 2 penulis. Terimakasih banyak atas segala bimbingan, saran yang diberikan.
3. Azwar, S.S. M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
4. Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Wakil Dekan I FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
5. Dr. Kusumajanti, PLH Dekan FISIP UPN “Veteran” Jakarta yang memfasilitasi dengan kebijakan-kebijakan-Nya.
6. Tata Usaha dan MIKMAS yang membantu administrasi penulis.
7. Orang tua peneliti Mamah (Ibu Hj. Rohimah), Ayah (Bapak H. Raskim), Nenek tercinta (Ibu Hj. Mahfudzoh) dan kakek tercinta (Alm Bapak H. Aum Marzuki) yang selalu mendoakan memberi semangat

dan mendukung setiap apapun yang peneliti lakukan untuk menyelesaikan studi penulis.

8. Seluruh keluarga dan rekan-rekan peneliti, khususnya Inviani Sekoati, Rizqy Rahayu, Putri Apriani, Indri Ahsanu amala, Shelya Sitepu, yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak disebutkan nama-nya satu persatu.

Jakarta, 28 Januari 2019

Nur Alfiatun Nisa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

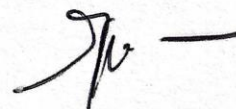
Nama : Nur Alfiatun Nisa
NRP : 1510411101
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul: **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). 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 (datasbase), 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: Januari 2019

Yang Menyatakan,



Nur Alfiatun Nisa

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 H₀ ditolak dan H_a 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^a. 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.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Konsep - Konsep Penelitian.....	20
2.2.1 Periklanan.....	20
2.2.2 Etika Periklanan	24
2.2.3 Media Periklanan	30
2.2.4 Persepsi Khalayak	32
2.3 Teori Penelitian	34
2.3.1 Teori A-T-R	34
2.4 Kerangka Berfikir.....	36
2.4.1 Operational Variabel	37

2.5 Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN	46
3.1 Metodologi Penelitian	46
3.2 Populasi dan Sample	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sample	47
3.3 Metode Pengumpulan Data	48
3.3.1 Data Primer	48
3.3.2 Data Sekunder	49
3.4 Metode Analisis Data	50
3.4.1 Uji Validitas	50
3.4.2 Uji Reliabilitas	51
3.4.3 Uji Korelasi	52
3.4.4 Koefisien Determinasi.....	53
3.4.5 Uji Hipotesis	53
3.4.6 Hasil Pretest	54
3.4.7 Hasil Uji Reliabilitas	56
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	57
BAB IV	58
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Sejarah Singkat	58
4.1.2 Logo PT. Bintang Toedjoe.....	59
4.1.3 Visi dan Misi	60
4.1.3.1 Visi.....	60
4.1.3.2 Misi	60
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Karakteristik Responden	60
4.2.2 Data Analisis Variabel X	63
4.2.3 Data Analisis Variabel Y	83

4.2.4 Uji Korelasi	91
4.2.5 Koefisien Determinasi.....	92
4.2.6 Uji Hipotesis	93
4.3 Pembahasan.....	94
BAB V.....	100
Kesimpulan dan Saran	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2 Kerangka Befikir.....	36
Tabel 3 Operasional Variabel X.....	38
Tabel 4 Operasional Variabel Y.....	42
Tabel 5 Skala Likert	49
Tabel 6 Alpha Cronbach's	52
Tabel 7. Nilai Interpretasi Koefisien Kolerasi	53
Tabel 8. Uji Validitas Variabel X	54
Tabel 9. Uji Validitas Variabel Y	55
Tabel 10. Uji Reabilitas Variabel X.....	56
Tabel 11. Uji Reabilitas Variabel Y	56
Tabel 12. Rancangan Kegiatan	57
Tabel 13. Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 14. Usia Responden.....	61
Tabel 15. Pekerjaan Responden	62
Tabel 16. Masyarakat yang mengetahui iklan Bintang Toedjoe	62
Tabel 17. Pernyataan 1	63
Tabel 18. Pernyataan 2.....	64
Tabel 19. Pernyataan 3	65
Tabel 20. Pernyataan 4.....	66
Tabel 21. Pernyataan 5.....	67
Tabel 22. Pernyataan 6	68
Tabel 23. Pernyataan 7	69
Tabel 24. Pernyataan 8	70
Tabel 25. Pernyataan 9	71
Tabel 26. Pernyataan 10	72
Tabel 27. Pernyataan 11	73
Tabel 28. Pernyataan 12	73
Tabel 29. Pernyataan 13	74
Tabel 30. Pernyataan 14	74
Tabel 31. Pernyataan 15	75

Tabel 32. Pernyataan 16	76
Tabel 33. Pernyataan 17	76
Tabel 34. Pernyataan 18	77
Tabel 35. Pernyataan 19	78
Tabel 36. Pernyataan 20	79
Tabel 37. Pernyataan 21	80
Tabel 38. Pernyataan 22	81
Tabel 39. Pernyataan 23	82
Tabel 40. Pernyataan 24	83
Tabel 41. Pernyataan 1	84
Tabel 42. Pernyataan 2	84
Tabel 43. Pernyataan 3	85
Tabel 44. Pernyataan 4	85
Tabel 45. Pernyataan 5	86
Tabel 46. Pernyataan 6	86
Tabel 47. Pernyataan 7	87
Tabel 48. Pernyataan 8	87
Tabel 49. Pernyataan 9	88
Tabel 50. Pernyataan 10	88
Tabel 51. Pernyataan 11	89
Tabel 52. Pernyataan 12	89
Tabel 53. Pernyataan 13	90
Tabel 54. Pernyataan 14	90
Tabel 55. Pernyataan 15	91
Tabel 56. Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi	91
Tabel 57. Hasil Perhitungan Uji Koefisien Korelasi	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Scene</i> Visual gambar yang ambigu pada Iklan Bintang Toedjoe.....	5
Gambar 1.2 <i>Scene</i> Jojo bertelanjang dada pada Iklan Bintang Toedjoe	6
Gambar 1.3 <i>Scene</i> penonton wanita histeris pada Iklan Bintang Toedjoe.....	6
Gambar 4.1 Logo PT.Bintang Toedjoe	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form A2.2.....	
Form A5.....	
Surat Riset Untuk Kelurahan Jatikramat	
Lampiran B Data Pendukung Penelitian	
Lampiran C Sertifikat.....	
Lampiran D Daftar Riwayat Hidup.....	