



**TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SADARI (PERIKSA
PAYUDARA SENDIRI) DI TELEVISI TERHADAP TINGKAT
KEWASPADAAN KAUM WANITA
(SURVEI DI WILAYAH KECAMATAN CILANDAK)**

SKRIPSI

MONICA SELVIA SARI

1210411187

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2017**



**TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SADARI (PERIKSA
PAYUDARA SENDIRI) DI TELEVISI TERHADAP TINGKAT
KEWASPADAAN KAUM WANITA
(SURVEI DI WILAYAH KECAMATAN CILANDAK)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

MONICA SELVIA SARI

1210411187

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

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Monica Selvia Sari

NIM : 1210411187

Tanggal : 16 Januari 2017

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Januari 2017

Yang menyatakan,



Monica Selvia Sari

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Monica Selvia Sari
NIM : 1210411187
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu 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 :

TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SADARI (PERIKSA PAYUDARA SENDIRI) DI TELEVISI TERHADAP TINGKAT KEWASPADAAN KAUM WANITA (SURVEI DI WILAYAH KECAMATAN CILANDAK)

Berserta 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 (*database*), merawat, dan mempublikasi 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 : 16 Januari 2017

Yang menyatakan,




Monica Selvia Sari

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Monica Selvia Sari
NRP : 1210411187
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Terpaan Iklan Layanan Masyarakat SADARI (Periksa Payudara Sendiri) di Televisi Terhadap Tingkat Kewaspadaan Kaum Wanita (Survei di Wilayah Kecamatan Cilandak)

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.



Dr. Fredy B.L. Tobing

Ketua Penguji



Drs. Siti Maryam, M.Si.

Penguji I



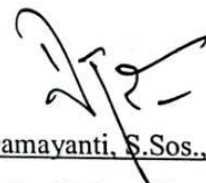
Dr. Fredy B.L. Tobing

Dekan



Dra. Rini Riyantini, M.Si.

Penguji II (Pembimbing)



Damayanti, S.Sos., M.Si.

Ka. Prodi. Ilmu Komunikasi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 16 Januari 2017

TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SADARI (PERIKSA PAYUDARA SENDIRI) DI TELEVISI TERHADAP TINGKAT KEWASPADAAN PADA KAUM WANITA (SURVEI DI WILAYAH KECAMATAN CILANDAK)

Monica Selvia Sari

Abstrak

Lebih dari 70% penderita datang ke dokter pada stadium yang lanjut, oleh karena itu pemeriksaan payudara sendiri (SADARI) merupakan salah satu langkah awal untuk menemukan kanker payudara stadium awal yang akan lebih efektif jika dilakukan sedini mungkin. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur hasil dari penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat SADARI (Periksa Payudara Sendiri) di televisi terhadap tingkat kewaspadaan pada kaum wanita. Kanker payudara adalah salah satu jenis kanker yang juga menjadi penyebab kematian terbesar kaum wanita di dunia, termasuk di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat SADARI (Periksa Payudara Sendiri) di televisi terhadap tingkat kewaspadaan pada kaum wanita di wilayah kecamatan Cilandak. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, periklanan, iklan media televisi, terpaan iklan, dan kewaspadaan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 100 orang pada kaum wanita usia 20-39 tahun di wilayah kecamatan Cilandak, dengan menggunakan jenis penelitian survei eksplanatif. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian, terpaan Iklan Layanan Masyarakat SADARI di televisi terhadap tingkat kewaspadaan pada kaum wanita di Kecamatan Cilandak, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 20,7% antara terpaan Iklan Layanan Masyarakat SADARI di televisi terhadap tingkat kewaspadaan. Saran, Iklan Layanan Masyarakat SADARI di televisi dibuat dengan lebih komunikatif dan lebih menarik lagi.

Kata kunci : Iklan Layanan Masyarakat SADARI (periksa payudara sendiri), televisi, tingkat kewaspadaan

SADARI (PERIKSA PAYUDARA SENDIRI) / BSC (Breast Self Check) PUBLIC SERVICE ADVERTISING EXPOSURE ON TELEVISION TO LEVEL VIGILANCE ON WOMEN (SURVEY ON THE PUBLIC IN CILANDAK SUB-DISTRICT)

Monica Selvia Sari

Abstract

More than 70% of patients are come to the doctor at a more stages of a disease. Therefore, SADARI (Periksa Payudara Sendiri) / BSC (Breast Self Check) is one of the first steps to find early-stage of adisease breast cancer that would be more effective if it done as early as possible. This study conducted to measure the results of research that is How much the effect of SADARI (Periksa Payudara Sendiri) / BSC (Breast Self Check) public service advertising exposure on television to level vigilance on women. The purpose of this study to quantify the size of SADARI (Periksa Payudara Sendiri) / BSC (Breast Self Check) public service advertising exposure on television on the level of awareness in women on the public in Cilandak sub-district. The theory used in this study is communication, advertising, television advertising media, advertising exposure, and vigilance. This methodology of this study is quantitative. Total sample of 100 people in women aged 20-39 years in Cilandak subdistrict, using a type of survey research Explanative. Sampling technique used is accidental sampling. Based on the results of this study that SADARI (Periksa Payudara Sendiri) / BSC (Breast Self Check) public service advertising exposure on television to level of vigilance on women in Cilandak sub District , it can be concluded that there is an influence by 20,7% between SADARI (Periksa Payudara Sendiri) / BSC (Breast Self Check) public service advertising exposure on television to level of vigilance. Advise, SADARI (Periksa Payudara Sendiri) / BSC (Breast Self Check) public service advertising exposure on television to be made with a more communicative and more interesting.

Keywords : SADARI (Periksa Payudara Sendiri) / BSC (Breast Self Check) public service advertising, television, level of vigilance

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas penyertaan-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk dijadikan bahan acuan dalam penyelesaian skripsi nantinya. Selama melakukan penulisan ini, tak lupa penulis menyampaikan ucapan terima kasih pada pihak-pihak yang telah membantu selama melakukan penulisan dan pengajuan skripsi ini. Adapun penulis menyampaikan rasa terima kasih, kepada: Bapak Dr. Drs. Fredy BL. Tobing selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Ibu Damayanti, S.Sos, M.Si, dan Dosen Pembimbing skripsi penulis Ibu Dra. Rini Riyantini M. Si selaku selaku yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Serta tak lupa peneliti ucapkan rasa terima kasih secara khusus kepada kedua orang tua Bapak Yustinus Untung dan Ibu Lucia Supriyati yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa yang tiada henti-hentinya, keluarga besar serta sahabat-sahabat penulis: Christoverson Lukas, Veronica Ellen, Maria Viviani, Eunike Rosy, Merry Oktaviani, Mentari Septavia, Puspa Puspita, Pindy Veronica, Dinda Finni, Silvi Widiastuti, Rendi Herdiansyah, Febrianto Dwi, Rizkyaldi Himawan, Sri Ismawati, Wulan Ramadhan, dan Riska Pramesti yang selalu memberi semangat dan bantuan selama pengerjaan skripsi ini.

Jakarta, Januari 2017

Monica Selvia Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Penelitian	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORI	
II.1 Komunikasi	8
II.2 Komunikasi Kesehatan	9
II.3 Komunikasi Massa	10
II.4 Periklanan	11
II.5 Fungsi Iklan	12
II.6 Jenis-jenis Iklan	12
II.7 Iklan Media Televisi.....	15
II.8 Terpaan Iklan.....	15
II.9 Kewaspadaan	16
II.10 SADARI	17
II.11 Kerangka Berfikir.....	21
II.12 Perumusan Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
III.2 Populasi dan Sampel	23
III.3 Teknik Penarikan Sampel	25
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
III.5 Metode Pengujian Instrumen	27
III.6 Teknik Analisis Data.....	31
III.7 Waktu dan Tempat Penelitian	33
III.8 Operasionalisasi Konsep	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
IV.1 Sejarah SADARI	37
IV.2 Profil Kementerian Kesehatan	41
IV.3 Hasil Penelitian	44
BAB V PENUTUP	
V.1 Kesimpulan	59
V.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert	26
Tabel 3.2	Uji Validitas Variabel Terpaan Iklan	28
Tabel 3.3	Uji Validitas Variabel Tingkat Kewaspadaan.....	29
Tabel 3.4	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Alpha	30
Tabel 3.5	Realibilitas Variabel Terpaan Iklan	30
Tabel 3.6	Realibilitas Variabel Tingkat Kewaspadaan	31
Tabel 3.7	Tahapan Kegiatan Penelitian	33
Tabel 3.8	Operasional Konsep	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.2	Skor rata-rata Variabel Terpaan Iklan	46
Tabel 4.3	Skor rata-rata Variabel Tingkat Kewaspadaan	52
Tabel 4.4	Uji Pengaruh Terpaan Iklan terhadap Tingkat Kewaspadaan....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1	Logo Kementerian Kesehatan RI	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	Surat Pengantar Riset Dari Fakultas
Lampiran 3	Surat Keterangan Penerimaan Riset Dari Kecamatan Cilandak
Lampiran 4	Kuesioner
Lampiran 5	Validitas & Reliabilitas Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi
Lampiran 6	Validitas & Reliabilitas Tingkat Kewaspadaan
Lampiran 7	Tabel Induk Variabel X
Lampiran 8	Tabel Induk Variabel Y
Lampiran 9	Tabel Analisis Variabel X & Y Berdasarkan Dimensi