



**PENGARUH TERPAAN IKLAN OLX.CO.ID VERSI GERAKAN
“UPGRADE INDONESIA” DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNJUNGI *WEBSITE* OLX.CO.ID**

**(Survey Warga Pondok Cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Ilir,
Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan)**

SKRIPSI

RIZKYALDI HIMAWAN

1210411068

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

PERIKLANAN

2016



**PENGARUH TERPAAN IKLAN OLX.CO.ID VERSI GERAKAN
“UPGRADE INDONESIA” DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNJUNGI *WEBSITE* OLX.CO.ID**

**(Survey Warga Pondok Cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Ilir,
Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan)**

SKRIPSI

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

RIZKYALDI HIMAWAN

1210411068

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

PERIKLANAN

2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rizkyaldi Himawan

NRP : 1210411068

Tanggal : 29 Juli 2016

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

Jakarta, 29 Juli 2016

Yang Mervatakan,



Rizkyaldi Himawan

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Rizkyaldi Himawan
NRP : 121.0411.068
Fakultas : Ilmu Sosial 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 :

Pengaruh Terpaan Iklan OLX.co.id Versi Gerakan “Upgrade Indonesia” di Televisi terhadap Keputusan Mengunjungi Website OLX.co.id.

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 (*database*), 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 : 29 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



(Rizkyaldi Himawan)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Rizkyaldi Himawan
NRP : 1210411068
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan OLX.co.id Versi Gerakan “*Upgrade*
Indonesia” di Televisi Terhadap Keputusan Mengunjungi
Website OLX.co.id

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.



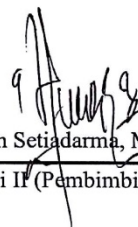
Dra. Masayu S. Hanum, M.Si

Ketua Penguji



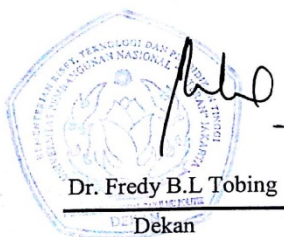
Damayanti, S.Sos, M.Si

Penguji I



Drs. Aan Setiadarma, M.Si

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Fredy B.L. Tobing

Dekan



Damayanti, S.Sos. M,Si

Ka. Prodi Ilmu Komunikasi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 29 Juli 2016

**PENGARUH TERPAAN IKLAN OLX.CO.ID VERSI
GERAKAN “UPGRADE INDONESIA” DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNJUNGI WEBSITE
OLX.CO.ID**

**(Survei Warga Pondok Cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Ilir,
Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan)**

Rizkyaldi Himawan

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh terpaan iklan OLX.co.id versi gerakan “*upgrade indonesia*” di televisi terhadap keputusan mengunjungi *website* pada warga Pondok Cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Ilir, Kecamatan Pamulang, Tangerang selatan. Latar belakang penelitian adalah tidak semua orang memiliki barang yang mereka inginkan, oleh karena itu OLX.co.id mengajak masyarakat untuk meng-*upgrade* diri mereka dalam gerakan *upgrade indonesia* agar masyarakat menjadi lebih baik lagi. Teori yang digunakan adalah teori *uses and gratification*. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan survei eksplanatif. Responden penelitian ini adalah warga pondok cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Ilir, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan yang berjumlah 93 orang. Hasil dari penelitian diperoleh nilai t hitung $5,918 > 1,661$ t tabel yang berarti terdapat pengaruh dengan besarnya pengaruh terpaan iklan terhadap keputusan mengunjungi *website* yaitu 16,591. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh terpaan iklan terhadap keputusan mengunjungi *website* sebesar 16,591. Saran penulis untuk OLX.co.id adalah untuk menambahkan jumlah penayangan iklan dalam sehari untuk setiap stasiun televisi.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Gerakan “*Upgrade Indonesia*”, Keputusan

Mengunjungi *Website*

THE INFLUENCE OF AD EXPOSURE OLX.CO.ID VERSION OF MOVEMENT “UPGRADE INDONESIA” IN TELEVISION TO THE DECISION TO VISIT THE WEBSITE OF OLX.CO.ID

(Survey Of Residents Pondok Cabe RW. 003 Pondok Cabe Ilir Sub-District, District Pamulang, South Tangerang)

Rizkyaldi Himawan

Abstract

This study was conducted to measure the effect of the ad exposure OLX.co.id version of movement “upgrade indonesia” in television to the decision to visit *website* of OLX.co.id on residents Pondok Cabe RW. 003 Pondok Cabe Ilir, Pamulang, South Tangerang. The research background is not everyone having stuff they want, therefore, OLX.co.id invites people to upgrade themselves in *upgrade indonesia* movement, so that people become better. The theory used is the theory of the uses and gratifications. Methodology This study uses a quantitative approach and survey eksplanatif. Respondents are residents of Pondok Cabe RW. 003 Village Pondok Cabe Ilir, Pamulang, South Tangerang, which amounted to 93 people. The results of the study obtained by value t count $5,918 > 1,661$ t tabel which means that there is an influence with influence of ad exposure to the decision to visit website, namely 16,591. The conclusion from this study is there influence of ad exposure to the decision to visit website of 16,591 information. Sugestions writer for OLX.co.id is to add number of ads in a day for other television stations.

Keywords : Ad Exposure, “*Upgrade Indonesia*” Movement, Decision To Visit

The Website

KATA PENGANTAR

Dengan puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan Inayahnya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Mei tahun 2016 ini adalah “Pengaruh Terpaan Iklan OLX.co.id Versi Gerakan “*Upgrade* Indonesia” di Televisi Terhadap Keputusan Mengunjungi *Website* OLX.co.id (Survei Warga Pondok Cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Iir, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan). Terima kasih penulis ucapkan kepada Drs. Aan Setiadarma M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua serta seluruh keluarga yang memberikan dukungan dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis berharap semoga amal baik dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini mendapatkan balasan pahala dan rahman Allah SWT. Semoga apa yang telah ditulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 29 Juni 2016

Rizkyaldi Himawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
II.1 Teori Dasar	7
II.2 Definisi Konsep	11
II.3 Operasional Variabel Penelitian	14
II.4 Kerangka Pikir	17
II.5 Hipotesis	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
III.1 Pendekatan penelitian dan jenis penelitian	19
III.2 Populasi dan sampel	20
III.3 Teknik Pengumpulan data	23
III.4 Teknik Analisis Data	24
III.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	25
III.6 Metode Analisis Data	26
III.7 Waktu dan Lokasi Penelitian	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
IV.1 Sejarah OLX.co.id	30
IV.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	31
IV.3 Hasil Penelitian.....	35
IV.4 Analisis Data.....	52

IV.5 Analisis Inferensial	55
IV.6 Tabulasi Silang	57
IV.7 Uji Hipotesis	61
IV.8 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V PENUTUP.....	64
V.1 Kesimpulan	64
V.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Operasional Variabel X.....	15
Tabel 2 Operasional Variabel Y.....	16
Tabel 3 Populasi dan Sampel	22
Tabel 4 Skala Likert	23
Tabel 5 Nilai Koefisien Kolerasi.....	27
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	32
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y	33
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	34
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	34
Tabel 10 Usia Responden.....	35
Tabel 11 Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 12 Pendidikan Terakhir Responden	36
Tabel 13 Pekerjaan Responden	37
Tabel 14 Wilayah Tinggal Responden.....	37
Tabel 15 Melihat Iklan	38
Tabel 16 Jawaban Responden Pernyataan 1 (Variabel X).....	38
Tabel 17 Jawaban Responden Pernyataan 2 (Variabel X).....	39
Tabel 18 Jawaban Responden Pernyataan 3 (Variabel X).....	40
Tabel 19 Jawaban Responden Pernyataan 4 (Variabel X).....	40
Tabel 20 Jawaban Responden Pernyataan 5 (Variabel X).....	41
Tabel 21 Jawaban Responden Pernyataan 6 (Variabel X).....	41

Tabel 22 Jawaban Responden Pernyataan 7 (Variabel X).....	42
Tabel 23 Jawaban Responden Pernyataan 8 (Variabel X).....	43
Tabel 24 Jawaban Responden Pernyataan 9 (Variabel X).....	44
Tabel 25 Jawaban Responden Pernyataan 1 (Variabel Y).....	44
Tabel 26 Jawaban Responden Pernyataan 2 (Variabel Y).....	45
Tabel 27 Jawaban Responden Pernyataan 3 (Variabel Y).....	46
Tabel 28 Jawaban Responden Pernyataan 4 (Variabel Y).....	46
Tabel 29 Jawaban Responden Pernyataan 5 (Variabel Y).....	47
Tabel 30 Jawaban Responden Pernyataan 6 (Variabel Y).....	48
Tabel 31 Jawaban Responden Pernyataan 7 (Variabel Y).....	49
Tabel 32 Jawaban Responden Pernyataan 8 (Variabel Y).....	49
Tabel 33 Jawaban Responden Pernyataan 9 (Variabel Y).....	50
Tabel 34 Jawaban Responden Pernyataan 10 (Variabel Y).....	51
Tabel 35 Jawaban Responden Pernyataan 11 (Variabel Y).....	51
Tabel 36 Kategori Penilaian Variabel X.....	53
Tabel 37 Kategori Penilaian Variabel Y.....	54
Tabel 38 Nilai Koefisien Korelasi.....	55
Tabel 39 Hasil Uji Korelasi.....	55
Tabel 40 Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 41 Hasil Uji Regresi.....	56
Tabel 42 Terpaan Iklan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 43 Keputusan Mengunjungi <i>Website</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 44 Terpaan Iklan Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 45 Keputusan Mengunjungi <i>Website</i> Berdasarkan Usia.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir.....	17
Gambar 2 Logo OLX.co.id	18

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Form Tanda Persetujuan Skripsi (A2.2)
- Lampiran 3 Form Tanda Persetujuan Skripsi (A5)
- Lampiran 4 Surat Riset
- Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 6 Ijazah SMA
- Lampiran 7 KHS (Kartu Hasil Studi)
- Lampiran 8 Print Out Pembayaran Mahasiswa
- Lampiran 9 TOEFL
- Lampiran 10 Surat Keterangan Bebas Pinjaman Perpustakaan FISIP
- Lampiran 11 Sertifikat Out Bound Universitas
- Lampiran 12 Kuesioner
- Lampiran 13 Tabel Induk Kuesioner
- Lampiran 14 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y
- Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X
- Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y
- Lampiran 17 Uji Korelasi dan Regresi
- Lampiran 18 Tabulasi Silang
- Lampiran 19 Dokumentasi Foto Responden
- Lampiran 20 Cuplikan Iklan OLX.co.id