



Judul Skripsi :

**PENGARUH *TAGLINE* #DIRUMAHAJA PADA IKLAN GOJEK DI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN
LAYANAN GOFOOD**

(Survei pada *Followers* Instagram Gojek)

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

Nama : Dimas Panji Laksono

NIM : 1610411216



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dimas Panji Laksono

NIM : 1610411216

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Apabila pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 28 Juni 2020

Yang Menyatakan,



Dimas Panji Laksono

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Dimas Panji Laksono
NPM/NIP : 1610411216
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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 TAGLINE #DIRUMAHAJA PADA IKLAN GOJEK DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN GOFOOD (Survei pada *Followers* Instagram Gojek)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah 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 : 01 Juli 2020
Yang menyatakan,



Dimas Panji Laksono

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Dimas Panji Laksono

NIM : 1610411216

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH *TAGLINE* #DIRUMAHAJA PADA IKLAN GOJEK
DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT UNTUK
MENGUNAKAN LAYANAN GOFOOD (Survei pada
Followers Instagram Gojek)

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.

Pembimbing Utama,



Puri Bestari M., M.Si.

Pembimbing Pendamping,



Windhi Tia Saputra, M.Si.

Plh. Ketua Program Studi



Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 8 Juli 2020

**PENGARUH *TAGLINE* #DIRUMAHAJA PADA IKLAN GOJEK DI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN
LAYANAN GOFOOD
(Survei pada *Followers* Instagram Gojek)**

DIMAS PANJI LAKSONO

Abstrak

Ketatnya persaingan mendorong perusahaan untuk lebih cerdas dan kreatif dalam melakukan strategi pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan yaitu penggunaan *tagline* dalam sebuah iklan guna menguatkan dan mengkomunikasikan suatu merek ataupun produk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *tagline* #dirumahaja pada iklan Gojek terhadap minat untuk menggunakan layanan GoFood. Sampel pada penelitian ini yaitu *followers* Instagram @gojekindonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan metode penelitian survei. Teori yang digunakan adalah *Elaboration Likelihood Model* yaitu bahwa orang dalam memproses pesan persuasif memiliki cara yang berbeda-beda. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh *tagline* iklan #dirumahaja Gojek terhadap minat menggunakan layanan GoFood. Sebanyak 61.9% minat *followers* instagram Gojek untuk menggunakan layanan GoFood ditentukan oleh *tagline* iklan #dirumahaja, dan sisanya (38.1%) ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Minat Beli, Periklanan, *Tagline*.

***THE EFFECT OF #DIRUMAHAJA TAGLINE ON GOJEK ADVERTISING
IN INSTAGRAM ON INTERESTS OF USING GOFOOD SERVICES
(Survey on Gojek Instagram Followers)***

DIMAS PANJI LAKSONO

Abstrack

The tight competition encourages the companies to be smarter and creative in conducting marketing strategies. One of marketing strategy that can be used is the using of a tagline in an advertisement to strengthen and communicate a brand or product. This research was conducted to find out how much influenced the #dirumahaja tagline on Gojek ads has on the interests to use GoFood services. The sample in this study is from Instagram followers @gojekindonesia. This research uses a quantitative research approach, with survey research methods. The theory used is Elaboration Likelihood Model, namely that people in processing persuasive messages that have different ways. Based on the research results, it can be seen that there is an influence of #dirumahaja Gojek ads tagline on the interest in using the GoFood service. As many as 61.9% of Gojek's Instagram followers' interest in using the GoFood service is determined by the #dirumahaja ad tagline, and the rest (38.1%) is determined by other factors not examined.

Keywords: Advertising, Purchase Intention, Tagline.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun karena salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan strata I Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations*, FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dengan judul **“Pengaruh Tagline #Dirumahaja Pada Iklan Gojek Di Instagram Terhadap Minat Untuk Menggunakan Layanan Gofood (Survei Pada *Followers* Instagram Gojek)”**

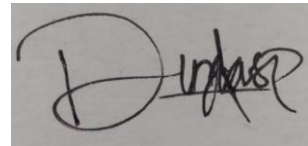
Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari semangat, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
2. Kedua orang tua dan kakak penulis yang doanya tidak pernah putus dan selalu memberikan dukungan kepada penulis agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Puri Bestari M., M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi yang telah memberikan bimbingan, masukan, saran, dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Windhi Tia Saputra, M.Si. selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi yang telah memberikan bimbingan, masukan, saran, dan arahan dalam teknik penulisan.
5. Maria Febiana Christanti, M. Si. selaku Ketua Progam Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
6. Seluruh sahabat dan teman yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis.
7. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

Peneliti berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa akan membalas segala perhatian, dukungan, semangat, dan bimbingan, serta seluruh bantuan dari pihak-pihak yang memiliki peran besar dalam pembuatan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini telah disusun dengan sebaik-baiknya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi kita semua.

Jakarta, Juli 2020

Penulis,

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to read 'Dimas Panji Laksono'.

Dimas Panji Laksono

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
Abstrak	v
<i>Abstrack</i>	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Komunikasi Persuasif	11
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.3 Periklanan (<i>Advertising</i>)	13
2.2.4 <i>Tagline</i>	14
2.2.5 Minat Beli.....	16

2.3	Teori Penelitian	17
2.3.1	<i>Elaboration Likelihood Theory</i>	17
2.4	Kerangka Berfikir	20
2.5	Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN		22
3.1	Metodologi Penelitian.....	22
3.2	Populasi dan Sampel.....	22
3.2.1	Populasi.....	22
3.2.2	Sampel.....	22
3.3	Metode Pengumpulan Data	24
3.3.1	Data Primer	24
3.3.2	Data Sekunder	25
3.3.3	Operasional Variabel	25
3.4	Metode Analisa Data	27
3.4.1	Uji Validitas	27
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.4.3	Uji Normalitas	34
3.4.4	Uji Korelasi	34
3.4.5	Uji Koefisien Determinasi	35
3.4.6	Uji Regresi	35
3.4.7	Uji Hipotesis.....	36
3.5	Waktu Penelitian.....	37
BAB IV PEMBAHASAN.....		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Sejarah Gojek.....	38

4.1.2 Tiga Pilar Gojek	39
4. 2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Karakteristik Responden	40
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X	42
4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y	47
4.2.4 Analisis Hasil Uji Normalitas	51
4.2.5 Analisis Hasil Uji Korelasi.....	52
4.2.6 Analisis Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	53
4.2.7 Analisis Hasil Uji Regresi.....	55
4.2.8 Analisis Hasil Uji Hipotesis	56
4.3 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	3
Gambar 1. 2	5

DAFTAR TABEL

Table 1 Operasional Variabel.....	25
Table 2 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	28
Table 3 Tabel Uji Validitas Variabel Y.....	30
Table 4 Tabel Kriteria Reliabilitas Guillford	32
Table 5 Tabel Uji Reliabilitas Variabel X.....	33
Table 6 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y	33
Table 7 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi	35
Table 8 Karakteristik Responden	41
Table 9 Tagline Iklan #dirumahaja Gojek.....	43
Table 10 Minat Menggunakan Layanan GoFood.....	48
Table 11 Hasil Uji Normalitas	51
Table 12 Hasil Perhitungan Uji Korelasi	52
Table 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Table 14 Hasil Uji Regresi	55