



**HUBUNGAN ANTARA MEDIA PROMOSI INTERNET
DENGAN MINAT MENGUNJUNGI *WEBSITE* JUAL-BELI
ONLINE LAZADA.CO.ID
(*SURVEY* PADA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA)**

SKRIPSI

**SITI HADIJAH
1210411016**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2016**



**HUBUNGAN ANTARA MEDIA PROMOSI INTERNET
DENGAN MINAT MENGUNJUNGI *WEBSITE* JUAL-BELI
ONLINE LAZADA.CO.ID
(*SURVEY* PADA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

SITI HADIJAH

1210411016

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2016**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Siti Hadijah

NRP : 1210411016

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tanggal : 29 Februari 2016

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

Jakarta, 29 Februari 2016

Yang Menyatakan,



(Siti Hadijah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Siti Hadijah

NRP : 1210411016

Fakultas : 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:

“Hubungan Antara Media Promosi Internet dengan Minat Mengunjungi Website Jual-Beli Online Lazada (Survey Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jakarta)”


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 Februari 2016

Yang Menyatakan,


(Siti Hadijah)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Siti Hadijah
NRP : 1210411016
Program Studi : Ilmu Komunikasi/ *Advertising*
Judul Skripsi : Hubungan Antara Media Promosi Internet dengan Minat Mengunjungi *Website* Jual-Beli *Online* Lazada (*Survey* Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jakarta)

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. Hanim, M.Si

Ketua Penguji

Dr. Kusumajanti

Penguji I



Dr. Fredy B.L Tobing

Dekan

Dra. Eka Apriesti, M.Si

Penguji II (Pembimbing)

Dra. Siti Maryam, M.Si

Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 29 Februari 2016

**HUBUNGAN ANTARA MEDIA PROMOSI INTERNET
DENGAN MINAT MENGUNJUNGI WEBSITE JUAL-BELI
ONLINE LAZADA
(Survei pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jakarta)**

Siti Hadijah

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi karena ketertarikan penulis kepada pada banyaknya pengguna internet di kalangan masyarakat Indonesia saat ini. *E-commerce* adalah salah satu jenis usaha jual-beli online yang memanfaatkan internet sebagai media utamanya. Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari tahu hubungan antara media promosi internet dengan minat mengunjungi *website e-commerce* Lazada. **Tujuan** dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan antara media promosi internet yang dipilih dengan minat masyarakat dalam mengunjungi *website* Lazada dan jenis media promosi internet apakah yang paling banyak menarik minat masyarakat untuk mengunjungi *website* Lazada. **Teori dan konsep** yang digunakan untuk penelitian ini adalah teori S-O-R, media promosi dan minat. **Metodologi** yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jakarta dengan jumlah responden sebanyak 82 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer (kuisioner) dan data sekunder (kepustakaan dan internet). **Hasil penelitian** menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dengan nilai Korelasi Pearson Product Moment dengan nilai ($r =$ korelasi sebesar 0,882) antara media promosi internet dengan minat mengunjungi website jual-beli online Lazada dengan presentase sebesar 83% (68 responden) menyatakan sangat berminat dan 17% (14 responden) menyatakan berminat.

Kata kunci: Media promosi, internet, minat.

**CONNECTION BETWEEN INTERNET AS MEDIA
PROMOTION WITH PEOPLE INTEREST FOR VISITING
LAZADA E-COMMERCE SITE
(SURVEY TO THE STUDENTS OF FACULTY OF
COMMUNICATION AND POLITICS IN PEMBANGUNAN
NATIONAL “VETERAN” JAKARTA UNIVERSITY)**

Siti Hadijah

Abstract

The background of this study because the authors interest on the amount of internet users in Indonesia society today. E-commerce is one of the types of online selling and buying businesses which using Internet as the main media. This study aimed to find out the relationship between internet as promotion media with interest for visiting e-commerce website Lazada. **The purpose** of this study was to determine is there a relationship between internet media campaign chosen by the public interest for visiting Lazada and what type of internet media that attracted most people to visit Lazada. **Theories and concepts** used for this research is the theory of S-O-R, promotion media and interest. **The methodology** used was quantitative. The data collection was done by questionnaire. The study population were students FISIP UPN "Veteran" Jakarta with the number of respondents were 82 respondents. The sampling technique was random sampling. This study used primary data (questionnaire) and secondary data (literature and internet). **The results** showed there was a strong connection with a value of Pearson Product Moment Correlation with score ($r =$ correlation score 0,882) between the media of Internet promotion with interest in visiting Lazada with a percentage of 83% (68 respondents) stated very interested and 17% (14 respondents) expressed interest.

Keyword: promotion media, internet, interest.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Allah S.W.T karena atas kasih Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Hubungan Antara Media Promosi Internet dengan Minat Mengunjungi Website Jual-Beli Online Lazada (Survey terhadap Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jakarta)*.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moriil maupun materiil yaitu ibu Dra. Eka Apriesti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas bimbingannya yang sangat bermanfaat kepada penulis selama penulis mengerjakan skripsi ini.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada keluarga penulis yaitu kedua orang tua penulis Abdul Malik Hutajulu dan Ibu Ros Mawar Simanungkalit beserta adik penulis yaitu Glenn Rodho Pandapothan Hutajulu juga anggota keluarga penulis lainnya atas dukungannya yang tiada henti baik moriil maupun materiil kepada penulis.

Disamping itu, kepada sahabat-sahabat penulis di FISIP UPN “Veteran” Jakarta yaitu Aji Lutfi, Asil Syam, Endah Yul, Lintang Diyanti, Mylanita Puput dan Sonia Debi yang selalu memberikan motivasi dan telah menemani hari-hari penulis selama 4 tahun. Tidak lupa kepada sahabat-sahabat spesial penulis yaitu Angelina Sidabutar, Cintya Purba, Lidya Siregar, Leni Tantri, Maria Winda Debora Simanjuntak, Nolla Faradianti, Tria Noviani dan Vita Siahaan serta rekan-rekan FISIP angkatan tahun 2012 atas pemberian semangat yang begitu besar dan selalu memberikan masukan postif terhadap penulis.

Jakarta, 16 Februari 2016

Penulis
Siti Hadijah

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
II.1 Teori Dasar	8
II.2 Definisi Konsep	15
II.3 Hipotesis	21
II.3 Kerangka Berpikir	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
III.1 Desain Penelitian	23
III.2. Populasi dan Sampel	25
III.3 Teknik Penarikan Sampel	27
III.4 Teknik Analisis data	27
III.5 Metode Pengujian Instrument	29
III.6 Tempat dan Waktu Penelitian	32
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA	33
IV.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
IV.2 Deskripsi Hasil Penelitian	43
IV.3 Karakteristik Responden	43
IV.4 Analisis Data	49
IV.5 Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
V.I Kesimpulan	57
V.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	60
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Operasional Variabel X	24
Tabel 2 Operasional Variabel Y	25
Tabel 3 Skala Likert	28
Tabel 4 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai	28
Tabel 5 Uji Validitas Variabel Y	30
Tabel 6 Uji Realibilitas Variabel X	31
Tabel 7 Responden Berdasarkan Pernah Belanja Online	43
Tabel 8 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 9 Usia Responden	44
Tabel 10 Media Promosi Internet Website Jual-Beli Online Lazada	45
Tabel 11 Responden Mengetahui Website Jual-Beli Online Lazada	46
Tabel 12 Responden Menyukai Website Jual-Beli Online Lazada	46
Tabel 13 Responden Tertarik Untuk Mengunjungi Website	47
Tabel 14 Responden Termotivasi Untuk Mengunjungi Website	47
Tabel 15 Responden Merencanakan Untuk Mengunjungi Website	48
Tabel 16 Responden Akan Mengunjungi Website Jual-Beli Online	48
Tabel 17 Variabel X	49
Tabel 18 Variabel Y	51
Tabel 19 Uji Korelasi	52
Tabel 20 Media internet promosi dengan minat mengunjungi website	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Teori S-O-R.....	15
Gambar 2 Kerangka Pikiran	22
Gambar 3 Logo Lazada	33
Gambar 4 Halaman Utama Lazada	33
Gambar 5 <i>Official fanpage</i> (Facebook)	34
Gambar 6 <i>Official account</i> (Twitter)	35
Gambar 7 <i>Timeline official account</i> (Twitter)	36
Gambar 8 <i>Pop-up advertisement on timeline</i> (Instagram)	36
Gambar 9 <i>Post on timeline</i> (LINE)	37
Gambar 10 <i>Promotional chat</i> (LINE)	38
Gambar 11 Iklan Lazada di Youtube	38
Gambar 12 Logo UPN “Veteran” Jakarta	39