



**EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI *MY NOODLEZ* DAN *BRAND*
AWARENESS PADA IBU-IBU DI KELURAHAN CIBUBUR**

SKRIPSI

ANINDYA PRAMESTHI

1210411091

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

2016



**EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI *MY NOODLEZ* DAN *BRAND*
AWARENESS PADA IBU-IBU DI KELURAHAN CIBUBUR**

SKRIPSI

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

ANINDYA PRAMESTHI

1210411091

**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 : Anindya Pramesthi

NRP : 1210411091

Tanggal : 05 Agustus 2016

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

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 05 Agustus 2016

Yang Menyetelkan


Anindya Pramesthi



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Anindya Pramesthi
NRP : 1210411091
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pendidikan, 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 :

Efektivitas Iklan Televisi *My Noodlez* dan *Brand Awareness* pada Ibu-ibu di Kelurahan Cibubur


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 05 Agustus 2016

Yang Menyatakan,


Anindya Pramesthi

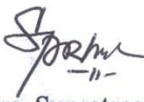
PENGESAHAN


Skripsi diajukan oleh

Nama : Anindya Pramesthi
NRP : 1210411091
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Efektivitas Iklan Televisi *My Noodlez* dan *Brand Awareness* pada Ibu-ibu di Kelurahan Cibubur

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.


Dr. Sumardi Dahlan, MS
Ketua Penguji


Drs. Supratman, M.Si
Penguji I


Dra. Rini Riyantini, M.Si
Penguji II/Pembimbing


Dr. Fredy B. L. Tobing
Dekan




Damayanti, S.Sos.M.Si
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 29 Juli 2016

EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI *MY NOODLEZ* DAN *BRAND AWARENESS* PADA IBU-IBU DI KELURAHAN CIBUBUR

Anindya Pramesthi

Abstrak

Fakta yang dirilis Liputan6.com tanggal 09 Desember 2013 menyatakan bahwa adanya penurunan gizi pada anak-anak yang disebabkan oleh kebiasaan anak-anak mengkonsumsi mie instan sehingga konsumsi buah dan sayur menurun, sementara itu banyak sajian iklan mie instan di televisi yang hanya menyampaikan informasi varian rasa dan aspek ekonomis produknya saja. Iklan televisi My Noodlez menginformasikan komposisi produk miennya yang terbuat dari wortel dan rumput laut yang dikhususkan untuk anak-anak. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh efektivitas iklan televisi *My Noodlez* terhadap *brand awareness*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, survei pada ibu-ibu di kelurahan Cibubur dengan menyebarkan kuesioner dengan teknik sampling bertahap yaitu dengan *purposive sampling* dan *accidental sampling* untuk mengukur efektivitas iklan televisi berdasarkan indikator yaitu *endorser*, logo, *tagline*, *jingle*, *headline*, memengaruhi, membujuk, kognisi, afeksi, behavior, menilai, memahami, dan memaknai pesan, dan untuk mengukur brand awareness berdasarkan indikator *endorser*, logo, *tagline*, *jingle*, *headline*, hafal unsur-unsur iklan dan ingat alur iklan televisi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh sebesar 64,8% antara efektivitas iklan televisi *My Noodlez* terhadap *brand awareness*. Untuk dapat meningkatkan *brand recall*, diharapkan *My Noodlez* dapat lebih menguatkan keunikan dari produk *My Noodlez* pada iklan televisinya sehingga ibu-ibu dapat dengan cepat mengingat dan hafal dengan iklan televisi *My Noodlez*.

Kata Kunci : Efektivitas iklan televisi, *brand awareness*, *My Noodlez*

**EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI MY NOODLEZ DAN
BRAND AWARENESS PADA IBU-IBU
DI KELURAHAN CIBUBUR
THE EFFECTIVENES OF MY NOODLEZ TELEVISION
COMMERCIAL AND CIBUBUR VILLAGE MOMS
BRAND AWARENESS**

Anindya Pramesthi

Abstract

A fact released by Liputan6.com on December 09th, 2013 said a decrease of nutrition in children caused by the habit of instant noodles consumption so the fruits and vegetables consumption decline, meanwhile many instant noodles television commercial only offering their variants and economics aspect from their product. My Noodlez television commercial inform their noodles composition which is made from carrot and seaweed that devoted to the childrens. The purpose of this research is to measure of how much My Noodlez television commercial make an impact to brand awareness. This research using quantitative methode, survey to moms in cibubur village by sending out the questionnaire throught two steps tehnikue sampling that is purposive sampling and accidental sampling technique to measure the effectiveness of television commercial by its indicator such as endorser, logo, tagline, jingle, headline, affecting, persuade, cognition, affection, behavior, appraising, understand, perceive message, and to measure brand awareness by its indicator such as endorser, logo, tagline, jingle, memorizes the commercial elements, and memorizes the commercial plot. The result of this research is the effectiveness of My Noodlez television commercial has an impact of 64,8% to brand awareness. In order to increased the brand recall, My Noodlez might reinforce the uniqueness of My noodlez on their television commercial so moms can be more fast to remembering and memorizing My Noodlez television Coomercial.

Key words: *The effectiveness of television commercial, brand awareness, My Noodlez*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian ini, sebagai tugas akhir untuk syarat kelulusan S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Judul yang dipilih untuk penelitian ini adalah Efektivitas Iklan Televisi *My Noodlez* Dan *Brand Awareness* Pada Ibu – ibu di Kelurahan Cibubur. Terima kasih penulis ucapkan kepada Dra. Rini Riyantini, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktunya dan banyak memberikan saran serta masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini. Dr. Fredy B.L Tobing selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan Damayanti, S,Sos, M,Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada kedua Orang Tua saya dan seluruh keluarga yang tidak ada henti – hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Serta, penulis juga ucapkan terima kasih kepada Rantri Meidia, Aulia Rahma, Nopli Tridamaya, Kevin, Aditya Arief, Paramita, Yanuar, teman – teman satu bimbingan penulis dan teman – teman Komunikasi 2012 yang telah memberikan semangat, dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 19 Juni 2016

Penulis

Anindya Pramesthi

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 GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	7
I.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Periklanan.....	9
II.2 Iklan Televisi.....	14
II.3 <i>Brand Awareness</i>	15
II.4 Efektivitas.....	18
II.5 Kerangka Pemikiran	19
II.6 Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	22
III.2 Populasi dan Sampel	23
III.3 Metode Pengujian Instrumen	25
III.4 Teknik Pengumpulan Data	28
III.5 Teknik Analisis Data	29
III.6 Tempat dan Waktu Penelitian	31
III.7 Operasional Konsep	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
IV.1 Profile <i>My Noodlez</i>	35
IV.2 Hasil Penelitian	39
IV.3 Analisis Deskriptif.....	40
IV.4 Analisis Inferensial.....	41

BAB V	PENUTUP	
V.1	Kesimpulan.....	58
V.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Piramida <i>Brand awareness</i>	17
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3 Poster <i>My Noodlez</i>	39
Gambar 4 Poster <i>My Noodlez 2</i>	20
Gambar 5 <i>My Noodlez Salmon Teriyaki</i>	39
Gambar 6 <i>My Noodlez Pizza Cheese</i>	39
Gambar 7 <i>My Noodlez Rmput Laut</i>	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Top Brand-award	1
Tabel 2	Tabel Penduduk Kelurahan Cibubur Berdasarkan Umur Mei 2016..	23
Tabel 3	Tabel Validitas Variabel X	25
Tabel 4	Tabel Validitas Variabel Y	26
Tabel 5	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	27
Tabel 6	Tabel Skala Likert.....	29
Tabel 7	Tahapan Kegiatan Penelitian	31
Tabel 8	Operasionalisasi Konsep.....	32
Tabel 9	Karakteristik Responden	41
Tabel 10	Skor Rata-rata Efektivitas Iklan Televisi My Noodlez	43
Tabel 11	Skor Rata-rata <i>Brand Awareness</i>	51
Tabel 12	Hasil Uji Pengaruh Efektivitas Iklan Televisi dan <i>Brand Awareness</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	A.2.2	64
Lampiran 2	A.5	65
Lampiran 3	Surat Pengantar Riset UPNVJ	66
Lampiran 4	Surat Izin Riset Walikota Jakarta Timur	67
Lampiran 5	Kuesioner	70
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reliabilitas Efektivitas Iklan Televisi	78
Lampiran 7	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand Awareness</i>	80
Lampiran 8	Tabel Karakteristik Responden	81
Lampiran 9	Tabel Induk Variabel X	84
Lampiran 10	Tabel Induk Variabel Y	85
Lampiran 11	Tabel Analisis Variabel X Berdasarkan Dimensi	86
Lampiran 12	Tabel Analisis Variabel Y Berdasarkan Dimensi	77
Lampiran 13	Dokumentasi Ibu-ibu di Kelurahan Cibubur	88