



**EFEKTIFITAS BILLBOARD IKLAN POCARI SWEAT DI JALAN PANCORAN  
TERHADAP PENINGKATAN *BRAND EQUITY***

*(Survey Kepada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta)*

**SKRIPSI**

**DEDI MAULANA**

**1210411087**

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

**2017**



**EFEKTIFITAS BILLBOARD IKLAN POCARI SWEAT DI JALAN  
PANCORAN TERHADAP PENINGKATAN *BRAND EQUITY***

*(Survey Kepada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta)*

**SKRIPSI**

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

**DEDI MAULANA**

**1210411087**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

**JAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2017**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dedi Maulana  
NRP : 1210411087  
Tanggal : 18 Januari 2017

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

Jakarta, 18 Januari 2017

Yang menyatakan



(Dedi Maulana)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Dedi Maulana  
NRP : 1210411087  
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:

**EFEKTIVITAS BILLBOARD IKLAN POCARI SWEAT DI JALAN PANCORAN TERHADAP PENINGKATAN *BRAND EQUITY* (Survey Kepada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta)**

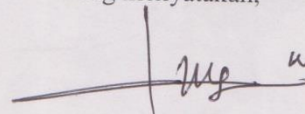
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Januari 2017

Yang menyatakan,



(Dedi Maulana)



## PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Dedi Maulana

NRP : 1210411087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

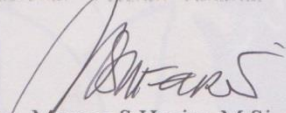
Konsentrasi : Periklanan

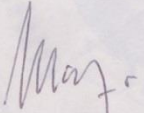
Judul Skripsi : Efektivitas Billboard Iklan Pocari Sweat Di Jalan

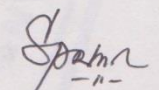
Pancoran Terhadap Peningkatan *Brand Equity* (Survey


kepada Mahasiswa Universitas Sahid Jakarta)

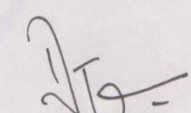
Telah berhasil dipertahankan di harapkan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

  
Dra. Masayu S Hanim, M.Si  
Ketua Penguji

  
Dra. Siti Maryam, M.Si  
Penguji I

  
Drs. Supratman, M.Si  
Penguji II (Pembimbing)

  
Dr. Fredy B.L. Tobing  
Dekan

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

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 18 Januari 2017

# EFEKTIVITAS BILLBOARD IKLAN POCARI SWEAT DI JALAN PANCORAN TERHADAP PENINGKATAN *BRAND EQUITY*

(Survey kepada mahasiswa Universitas Sahid Jakarta)

Dedi Maulana

## Abstrak

Latar belakang penelitian ini menjelaskan mengenai peningkatan *brand equity* pocari sweat terhadap banyaknya kompetitor minuman ion. produk pocari sweat yang dapat menghilangkan dehidrasi untuk memberikan cairan didalam tubuh manusia. bahwa diketahui cara mempromosikan produk ini dengan cara beriklan melalui media billboard. Hal ini membuat penulis melakukan penelitian efektivitas billboard iklan pocari sweat terhadap peningkatan *brand equity*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa efektif iklan billboard pocari sweat terhadap peningkatan brand equity. Teori yang di gunakan peneliti ini komunikasi massa, periklanan, iklan efektivitas, *brand equity*. pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian *eksplanatif* dengan metode survey. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sahid Jakarta fakultas ilmu komunikasi yang mempunyai jumlah responden sebanyak 318 orang. Teknik penarikan sampel menggunakan *cluster samplig* (daftar sampel). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket yang disebarakan kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara iklan pocari sweat terhadap peningkatan *brand equity*. Yang berada pada posisi 0,790 terletak pada angka 0,60 – 0,799 artinya memiliki pengaruh yang kuat. Saran penulis pada iklan pocari sweat khususnya iklan media luar ruang yaitu billboard agar lebih diperbanyak dan lebih kreatif. Hasil hipotesis penelitian pada penghitungan uji t yaitu  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, bahwa ada pengaruh efektivitas billboard iklan pocari sweat di jalan pancoran terhadap peningkatan brand equity pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi Universitas Sahid Jakarta.

**Kata Kunci** : Efektivitas billboard ikaln pocari sweat terhadap peningkatan *brand equity*

# ***EFFECTIVENESS OF ADVERTISING BILLBOARD POCARI ROAD PANCORAN SWEAT IN THE IMPROVEMENT OF BRAND EQUITY***

*Survey to communication science faculty students Sahid University Jakarta*

**Dedi Maulana**

## ***Abstract***

*Background This study explains the increase in brand equity pocari sweat against many competitors drinks ion.produk pocari sweat to eliminate dehydration to give fluids in the body human. How known how to promote these products by way of advertising through billboards media. This makes the authors conducted a study the effectiveness of advertising billboards pocari sweat to increased brand equity. The purpose of this study to find out how effective advertising billboard pocari sweat to increased brand equity. The theory that these researchers used mass communication, advertising, advertising effectiveness, brand equity. This research approach uses quantitative methods and types of research explanatif survey method. The sample in this study were students Sahid Jakarta University faculty of science communication that has the number of respondents as many as 318 people. The sampling technique using cluster samplig (list sempel). Data collection techniques by using a questionnaire or a questionnaire distributed to respondents. The results showed that there are significant between advertising pocari sweat to increased brand equity. Which stood at 0.790 lies in the numbers from .60 to .799 means to have a strong influence. Advice writer at ad pocari sweat especially outdoor media advertising is reproduced billboard to be more and more creative. The results of the research hypothesis on the t test calculation that Ha Ho accepted and rejected, that there is influence the effectiveness of advertising billboards pocari pancoran sweat on the road to increased brand equity in communication science faculty student Sahid University Jakarta*

***Keywords:*** *Effectiveness billboard ikaln pocari sweat against enhancement brand equity*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah “**EFEKTIVITAS BILLBOARD POCARI SWEAT DI JALAN PANCORAN TERHADAP PENINGKATAN *BRAND EQUITY* (Survey Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta)**”. Berbagai hambatan serta kesulitan telah penulis hadapi, namun semuanya dapat penulis lalui berkat dorongan dan disemangati banyak pihak yang sangat membantu penulis untuk menyelesaikan proposal ini.

Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terimakasih yang dalam kepada Drs. Supratman, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat. Disamping itu, ucapan terimakasih kepada kedua orang tua Ayahanda, Ibunda Kakak serta seluruh keluarga besar yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terimakasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 18 Januari 2017

Penulis

Dedi Maulana



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan masalah .....	5
I.3 Tujuan Penelitian .....	5
I.4 Manfaat Penelitian .....	5
I.4.1 Manfaat Akademis .....	5
I.4.2 Manfaat Praktis.....	6
I.5 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II KERANGKA TEORI.....	8
II.1 Komunikasi Massa .....	8
II.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa.....	9
II.1.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	10
II.2 Periklanan .....	11
II.2.1 Definisi Periklanan.....	11
II.2.2 Tujuan Periklanan .....	12
II.2.3 Media Luar Ruang .....	13
II.2.4 Billboard Iklan Pocari Sweat .....	15
II.3 Definisi Efektivitas.....	17
II.3.1. Efektifitas Iklan Pocari Sweat.....	17

II.4	Definisi Konsep .....	18
II.4.1	Iklan .....	18
II.4.1.1	Fungsi Iklan .....	21
II.4.2	Brand Equity .....	21
II.5	Kerangka Pemikiran .....	23
II.6	Perumusan hipotesis .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>25</b>
III.1	Desain Penelitian.....	25
III.1.1	Pendekatan Penelitian.....	25
III.1.2	Sifat Penelitian.....	25
III.1.3	Metode Penelitian .....	25
III.2	Populasi dan Sample .....	26
III.2.1	Populasi.....	26
III.2.2	Sampel .....	26
III.3	Teknik Penentuan Sampel.....	28
III.4	Teknik Pengumpulan Data.....	28
III.4.1	Data Primer .....	28
III.4.2	Data Sekunder.....	29
III.5	Oprasional Variabel .....	29
III.6	Teknik Analisis Data.....	33
III.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
III.6.2	Uji Korelasi.....	36
III.6.3	Koefisien Determinasi .....	37
III.6.4	Uji Regresi .....	38
III.6.5	Uji Hipotesis .....	38
III.7	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>40</b>
IV.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
IV.1.1	Profil Perusahaan PT. Amerta Indah Otsuka .....	40
IV.1.2	sejarah Pocari Sweat Masuk ke Indonesia .....	41
IV.1.3	Visi Misi PT. Amarta Indah Otsuka.....	44
IV.1.4	Struktur Organisasi.....	46

IV.2 Hasil Penelitian .....	48
IV.3 Variabel X (Iklan Pocari Sweat) .....	49
IV.4 Variabel Y ( <i>Brand Equity</i> ).....	57
IV.5 Diskusi dan Pembahasan. ....	63
IV.5.1 Diskusi.....	63
IV.5.1.1 Iklan Pocari Sweat (X) .....	64
IV.5.1.2 <i>Brand Equity</i> (Y) .....	65
IV.5.1.3 Hasil Analisis Data .....	66
IV.6 Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN.....	74
V.I Kesimpulan .....	74
V.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	76
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kerangka Pemikiran .....	23
Tabel 2	Jumlah Populasi .....	26
Tabel 3	<i>Skala Likert</i> .....	29
Tabel 4	<i>Variabel X</i> .....	30
Tabel 5	<i>Variabel Y</i> .....	32
Tabel 6	Uji Validitas <i>Variabel X</i> .....	34
Tabel 7	Uji Validitas <i>Variabel Y</i> .....	35
Tabel 8	Uji Reabilitas Variabel X.....	36
Tabel 9	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	36
Tabel 10	Melihat billboard iklan Pocari Sweat di jalan Pancoran .....	48
Tabel 11	Tampilan billboard iklan Pocari Sweat yang menarik sehingga khalayang tertarik melihatnya .....	49
Tabel 12	Iklan billboard yang besar khalayak dapat melihat dengan jelas.....	50
Tabel 13	Informasi produk pocari sweat dapat memberi kepercayaan kepada khalayak .....	50
Tabel 14	Manfaat produk pocari sweat dapat menjadikan khalayak lebih yakin terhadap produk pocari sweat.....	51
Tabel 15	Tagline yang ditampilkan pocari sweat memberikan ingatan di benak konsumen .....	52
Tabel 16	Gambar pocari sweat menjadi daya ingat pada brand pocari sweat.....	52
Tabel 17	logo pocari sweat yang dapat diingat khalayak menjadi pelopor minuman ion .....	53
Tabel 18	Logo yang besar dan jelas menjadi informasi yang baik bagi Khalayak .....	53
Tabel 19	Warna biru yang ditampilkan dapat menjadikan lambang suatu produk.....	54
Tabel 20	Huruf, gambar, fotoyang terlihat jelas akan menjadi konsumen untuk memudahkan khalayak melihat.....	55
Tabel 21	Visual yang menarik memberikan perhatian kepada khalayak untuk melihat.....	55
Tabel 22	Pengaturan cahaya pada iklan billboard pocari sweat dapat terlihat jelas pada malam hari.....	56
Tabel 23	Responden pada saat dehidrasi teringat pada minuman ion pocari sweat.....	57
Tabel 24	Responden mengingat merek pocari sweat diantara banyaknya kompetitor lain .....	57

Tabel 25	Iklan billboard pocari sweat menampilkan keunggulan merek yang dihasilkan produk .....	58
Tabel 26	Iklan billboard yang hanya terlihat pada satu arah menjadi kekurangan iklan pocari sweat .....	59
Tabel 27	Iklan billboard pocari sweat memiliki ciri khas tersendiri yang dapat dibedakan dari merek minuman ion yang lain.....	59
Tabel 28	Pocari sweat dapat memberikan informasi yang akurat dan terpercaya selama mempromosikan mereknya .....	60
Tabel 29	Atribut merek dari pocari sweat yang dapat melekat dibenak responden.....	61
Tabel 30	Pocari sweat adalah ploprioritas minuman ion bermerek yang patut untuk direkomendasikan kepada orang sekitar .....	61
Tabel 31	Informasi setiap produk baru yang dipromosikan oleh pocari sweat diketahui dari iklan.....	62
Tabel 32	Responden puas terhadap penggunaan merek pocari sweat.....	62
Tabel 33	Responden mengutamakan memilih merek pocari sweat .....	63
Tabel 34	Iklan Pocari Sweat.....	65
Tabel 35	Brand Equity .....	66
Tabel 36	Nilai koefisien korelasi.....	67
Tabel 37	Uji Korelasi .....	68
Tabel 38	Uji Regresi.....	69
Tabel 39	Uji Determinasi .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Logo PT. Amarta Indah Otsuka .....	40
Gambar 2	Logo Pocari Sweat .....	41
Gambar 3	Struktur Organisasi.....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Riwayat Hidup
Lampiran 2	Form Kegiatan Konsultasi Skripsi A2.2
Lampiran 3	Form Tanda Persetujuan Skripsi A.5
Lampiran 4	Surat Permohonan Riset FISIP UPN “Vetrran” Jakarta
Lampiran 5	Surat Keterangan Selesai Riset
Lampiran 6	Kartu Hasil Studi (KHS)
Lampiran 7	Foto Copy Tes TOEFL
Lampiran 8	Foto Copy KTM (Kartu Tanda Mahasiswa)
Lampiran 9	Foto Copy Print Out Pembayaran Ujian Sidang Skripsi
Lampiran 10	Foto Copy Transkrip Pembayaran Pertama s.d Terakhir
Lampiran 11	Foto Copy Sertifikat Out Bound
Lampiran 12	Surat Keterangan Bebas Pinjam Perpustakaan Fakultas
Lampiran 13	Foto Copy Ijazah SMK
Lampiran 14	Daftar Kehadiran Mengikuti Seminar Proposal / Skripsi
Lampiran 15	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel X
Lampiran 16	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Y
Lampiran 17	Kuesioner
Lampiran 18	Data Jawaban Responden
Lampiran 19	Hasil Korelasi
Lampiran 20	Hasil Regresi
Lampiran 21	Tabel r
Lampiran 22	Tabel t
Lampiran 23	Tabulasi Data Pokok
Lampiran 24	Dokument

