



**PENGARUH DAYA TARIK *CHANNEL YOUTUBE MORINAGA*
PLATINUM “RENCANA BERMAIN *MULTIPLE INTELLIGENCE*”
TERHADAP *BRAND EQUITY*
(Survei : Komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan)**

ROFINAR RAIHAN

1210411113

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



**PENGARUH DAYA TARIK *CHANNEL YOUTUBE MORINAGA*
PLATINUM “RENCANA BERMAIN *MULTIPLE INTELLIGENCE*”
TERHADAP *BRAND EQUITY*
(Survei : Komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan)**

SKRIPSI

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

ROFINAR RAIHAN

1210411113

**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 : Rofinar Raihan
NRP : 1210411113
Tanggal : 21 Juli 2016

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

Jakarta, 29 Juli 2016

Yang menyatakan,



(Rofinar Raihan)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Rofinar Raihan
NRP : 1210411113
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:

Pengaruh Daya Tarik Channel Youtube Morinaga Platinum “Rencana Bermain Multiple Intelligence” terhadap Brand Equity (Survei : Komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan)

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, Juli 2016

Yang menyatakan,



(Rofinar Raihan)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Rofinar Raihan
NRP : 1210411113
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : PENGARUH DAYA TARIK *CHANNEL YOUTUBE MORINAGA PLATINUM “RENCANA BERMAIN MULTIPLE INTELLIGENCE”* TERHADAP *BRAND EQUITY* (Survei : Komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan)

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.



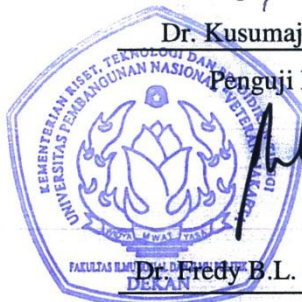
Dr. Sumardi Dahlan, MS.

Ketua Penguji



Dr. Kusumajanti

Penguji I



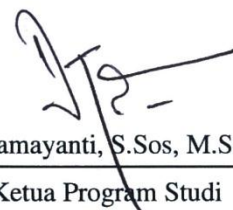
Dr. Fredy B.L. Tobing

Dekan



Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si

Penguji II (Pembimbing)



Damayanti, S.Sos, M.Si

Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 21 Juli 2016

PENGARUH DAYA TARIK *CHANNEL YOUTUBE MORINAGA*
PLATINUM “RENCANA BERMAIN *MULTIPLE INTELLIGENCE*”
TERHADAP *BRAND EQUITY*

(Survei : Komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan)

Rofinar Raihan

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah untuk melihat apakah adanya potensi yang besar dalam beriklan melalui *Channel youtube*, Morinaga sebagai salah satu perusahaan besar yang bergerak dalam bidang susu anak ingin beriklan dengan cara membuat sebuah *channel youtube* dengan isi konten permainan anak yang merangsang delapan kecerdasan *multiple intelligence*. **Tujuan Penelitian** ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik *channel youtube* Morinaga Platinum “rencana bermain *multiple intelligence*” terhadap *brand equity*. **Teori** yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori daya tarik dan *brand equity*. **Metodologi penelitian** ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data penelitian dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang selatan sebanyak 1.742 responden. Sedangkan untuk sampelnya sebanyak 95 responden dengan menggunakan rumus Yamane. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. **Hasil dari penelitian** diperoleh uji korelasi sebesar 0,698 yang menyatakan mempunyai hubungan yang kuat, uji regresi diketahui bahwa $Y = 23,421 + 1,104 X$, yang menyatakan mempunyai pengaruh yang kuat dan koefisien determinasi besarnya $0,487 = 48,7\%$ sedangkan untuk nilai t hitung $9,404 > 1,661$ t tabel yang berarti terdapat pengaruh daya tarik terhadap *brand equity*. **Kesimpulan dari penelitian** ini adalah signifikansi dan dengan taraf signifikansi 10 % diperoleh t tabel adalah 1,661. Sehingga terlihat bahwa nilai t hitung $9,404 > t$ tabel 1,661 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada pengaruh daya tarik *channel youtube* Morinaga Platinum terhadap *brand equity*.

Kata Kunci: *Channel, Youtube, Morinaga Platium, Brand Equity*

**EFFECT OF ATTRACTION YOUTUBE CHANNEL MORINAGA
PLATINUM " PLANS TO PLAY MULTIPLE INTELLIGENCE " TO
BRAND EQUITY**

(Surveys : community Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan)

Rofinar Raihan

Abstract

Background of this research is to see if the potential that is great in advertise through channel youtube , morinaga as one of the companies large which are engaged in milk children want to advertise by making a channel youtube to the contents of content kids game stimulate eight intelligence multiple intelligence .The purpose of this research aims to understand how big the influence of a charm channel youtube morinaga platinum “plan play multiple intelligence” to brand equity .A theory that used in this research s a theory attractiveness and brand equity .Methodology this research used a quantitative approach , data collection research in a scattering manner the questionnaire .Population in this research is community members come on play , bintaro south tangerang as many as 1.742 respondents .While for sampelnya by 95 respondents with using formulas yamane. Technique withdrawal sample in this research in a non probability of sampling namely accidental sampling .The result of research obtained the correlation of 0,698 stating have strong relationship , test regression be seen that $y = 23,421 + 1,104 x$, stating have an strong and coefficients determination the size of the $0,487 = 48,7 \%$ and to value t count 9,404 & gt; 1.661 t table which means is the a magnet for brand equity .The conclusion of this research is significance and with the economic situation of significance in 10 % obtained t table is 1,661 .That look that the value t count 9,404 & gt; t table 1,661 so H_0 were rejected and H_a accepted it means that there is the influence of a charm channel youtube morinaga platinum to brand equity

Keyword: Channel, Youtube, Morinaga Platium, Brand Equity

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah meridhoi segala upaya penelian dalam menyelesaikan skripsi dengan judul *Daya Tarik Channel Youtube Morinaga Platinum "Rencana Bermain Multiple Intelligence"* terhadap *Brand Equity* (Survei : Komnitas Ayo Main Bintaro, Tangerang Selatan). Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Fitria Ayuingtvas, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang bermanfaat.

Disamping itu ucapan terima kasih juga disampaikan kepada orangtua penulis serta seluruh keluarga yang tiada hentinya memberikan penulis semangat dan doanya. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2016



Rofinar Raihan

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 Perumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	4
I.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II KAJIAN TEORI.....	6
II.1 Teori Dasar	6
II.2 Definisi Konsep	12
II.3 Hipotesis Penelitian	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
III.1 Metode Penelitian	16
III.2 Jenis Penelitian	16
III.3 Populasi & Sampel	16
III.4 Teknik Pengumpulan Data	18
III.5 Operasional Variabel	20
III.6 Teknik Analisis data	24
III.7 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
IV.1 Profil Perusahaan Kalbe Nutritionals	31
IV.2 Profil Komunitas Ayo Main	34
IV.3 Hasil Penelitian.....	36
IV.4 Analisis Inferensial	57
IV.5 Hasil Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
V.1 Kesimpulan.....	65
V.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 2	Operasional Variabel.....	29
Tabel 3	Hasil Uji Validitas X.....	30
Tabel 4	Hasil Uji Validitas Y	31
Tabel 5	<i>Alpha Cronbach</i>	31
Tabel 6	Reliabilitas Variabel X.....	32
Tabel 7	Reliabilitas Variabel Y	32
Tabel 8	Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan	38
Tabel 12	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 13	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Anak	39
Tabel 14	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Anak	39
Tabel 15	<i>Channel Morinaga Platinum di Youtube</i> diketahui Oleh Semua Orang Karena Memiliki Daya Tarik.....	40
Tabel 16	<i>Channel Morinaga Platinum di Youtube</i> Memiliki Daya Tarik Yang Menekankan Pada Kebutuhan	40
Tabel 17	<i>Channel Morinaga Platinum di Youtube</i> Memiliki Konten Yang Dapat Memikat Perhatian Konsumen	41
Tabel 18	<i>Channel Morinaga Platinum di Youtube</i> Memiliki Kekuatan Untuk Dapat Menarik Perhatian Konsumen.....	41
Tabel 19	<i>Channel Morinaga Platinum di Youtube</i> Memiliki Daya Tarik Emosional di Mata Konsumen	42
Tabel 20	<i>Channel Morinaga Platinum di youtube</i> Berhasil Menggunakan Daya Tarik Emosional Bagi Calon Konsumen Dan Konsumennya	42
Tabel 21	<i>Channel Morinaga Platinum di Youtube</i> Memiliki Konten dan Ide Yang Kreatif	43
Tabel 22	<i>Channel Morinaga Platinum di Youtube</i> Menggunakan Daya Tarik Emosional Untuk Mendukung Strategi Kreatifnya	44
Tabel 23	Penilaian Daya Tarik <i>Channel Youtube Morinaga Platinum</i>	45
Tabel 24	Saya Mampu Mengenali Morinaga Platinum.....	46
Tabel 25	Saya Mengetahui Produk MorinagaPlatinum Sebagai Produk Susu Anak	47
Tabel 26	Saya Mampu Mengingat Morinaga Platinum Sebagai Produk Susu Anak.....	47
Tabel 27	Saya Dapat Membedakan Produk Susu Morinaga Platinum Dengan Produk Susu Lainnya	48
Tabel 28	Saya Mengetahui Bahwa Morinaga Platinum Merupakan Produk Susu Anak yang Terbaik Diantara Para Kompetitornya.....	48

Tabel 29	Saya Mengetahui Bahwa Kualitas Morinaga Platinum Merupakan yang Terbaik.....	49
Tabel 30	Saya Dapat Melihat Keunggulan dari Morinaga Platinum.....	49
Tabel 31	Persepsi Konsumen Untuk Morinaga Platinum Sangat Baik	50
Tabel 32	Saya Dapat Mengingat Nama Morinaga Platinum Sebagai Produk Susu Anak Terbaik.....	50
Tabel 33	Saya Dapat Mengingat Morinaga Platinum Memiliki <i>Brand Image</i> yang Baik	51
Tabel 34	Saya Mengetahui Morinaga Platinum Merupakan Produk Susu yang Baik untuk Anak-anak	51
Tabel 35	Saya Selalu Memberikan Produk Morinaga Platinum untuk Anak Saya.....	52
Tabel 36	Anak Saya Sangat Senang Mengkonsumsi Produk Morinaga Platinum.....	53
Tabel 37	Anak Saya Menyukai Rasa Susu Morinaga Platinum.....	53
Tabel 38	Penilaian <i>Brand Equity</i>	55
Tabel 39	Koefisien Korelasi	57
Tabel 40	Uji Korelasi	57
Tabel 41	Koefisien Determinasi	58
Tabel 42	Uji Regresi.....	58
Tabel 43	Uji Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Berpikir	15
Gambar 2	Instagram Ayo Main.....	17
Gambar 3	Logo Kalbe Nutritionals.....	33
Gambar 4	Logo Morinaga Platinum	33
Gambar 5	<i>Channel Youtube</i> Morinaga Platinum	34
Gambar 6	Logo Komunitas Ayo Main.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	A.2.2 Kegiatan Konsultasi Skripsi
Lampiran 2	A.5 Tanda Persetujuan Ujian Skripsi
Lampiran 3	Pengantar Riset FISIP UPNVJ
Lampiran 4	Surat Penerimaan Riset dari Ayo Main
Lampiran 5	Kuesioner Penelitian
Lampiran 6	Kuesioner Penelitian Revisi
Lampiran 7	Pengumpulan Data Responden
Lampiran 8	Validitas & Reliabilitas Daya Tarik (X)
Lampiran 9	Validitas & Reliabilitas <i>Brand Equity</i> (Y)
Lampiran 10	Tabel Korelasi
Lampiran 11	Tabel Determinasi
Lampiran 12	Tabel Regresi
Lampiran 13	Tabel Uji t
Lampiran 14	Tabel r
Lampiran 15	Tabel t