



**PENGARUH TERPAAN IKLAN TELEVISI YAMAHA *ALL*  
*NEW BYSON FI* TERHADAP *BRAND AWARENESS***

**(Survey Kepada Siswa Jurusan Teknik Kendaraan Ringan SMK Utama  
Bekasi)**

**SKRIPSI**

**M.FAJAR RIALDI**

**1210411147**

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



**PENGARUH TERPAAN IKLAN TELEVISI YAMAHA *ALL  
NEW BYSON FI* TERHADAP *BRAND AWARENESS***

**(Survey Kepada Siswa Jurusan Teknik Kendaraan Ringan SMK Utama  
Bekasi)**

**SKRIPSI**

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

**M.FAJAR RIALDI**

**1210411147**

**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 : M.Fajar Rialdi  
NRP : 121.0411.147  
Tanggal : 09 Agustus 2016

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

Jakarta, 09 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



(M.Fajar Rialdi)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

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

Nama : M.Fajar Rialdi  
NRP : 121.0411.147  
Fakultas : Ilmu Sosial 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 Terpaan Iklan Televisi Yamaha All New Byson FI Terhadap *Brand Awareness* (Survey Kepada Siswa Jurusan Teknik Kendaraan Ringan SMK Utama Bekasi)**. 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 : 09 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



(M.Fajar Rialdi)

## PENGESAHAN

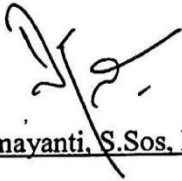
Skripsi diajukan oleh :  
Nama : M.Fajar Rialdi  
NIM : 1210411147  
Program Studi : Ilmu Komunikasi - Periklanan  
Judul Skripsi : **Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Yamaha All New  
Byson FI Terhadap *Brand Awareness* (Survei  
Kepada Siswa Jurusan Teknik Kendaraan Ringan  
SMK Utama Bekasi)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.



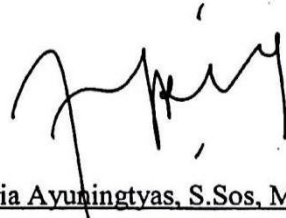
Dra. Masayu S.Hanim, M.Si

Ketua Penguji



Damayanti, S.Sos, M.Si

Penguji I



Fitria Ayueningtyas, S.Sos, M.Si

Penguji II (Pembimbing)



Damayanti, S.Sos, M.Si

Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal ujian : 29 Juli 2016

# **PENGARUH TERPAAN IKLAN TELEVISI YAMAHA *ALL NEW BYSON FI* TERHADAP *BRAND AWARENESS***

**(Survey Kepada Siswa Jurusan Teknik Kendaraan Ringan SMK Utama Bekasi)**

**M.Fajar Rialdi**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh terpaan iklan Yamaha all new Byson FI terhadap brand awareness. Iklan bertujuan menimbulkan kesadaran merek (brand awareness), lalu sebuah brand sangat dipengaruhi oleh lembaga survei bernama Top Brand Awards. Yamaha all new Byson FI mengalami penurunan persentase 3% di survei tahun 2016 fase 1, dimana hasil survei tersebut sangat mempengaruhi brand Yamaha all new Byson FI. Hal ini membuat penulis ingin mengetahui seberapa kuat pengaruh terpaan iklan Yamaha all new Byson FI terhadap brand awareness. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan sensus bersifat eksplanatif. Responden Penelitian ini adalah siswa SMK Utama Bekasi yang berjumlah 62 orang. Hasil dari penelitian ini diperoleh nilai  $t$  hitung  $6,2416 > 1,67065$   $t$  table yang berarti terdapat pengaruh dengan besarnya pengaruh terpaan iklan Yamaha *all new* Byson FI terhadap *brand awareness* yaitu 9,445. Saran penulis, Membuat Iklan Yamaha *all new* Byson FI yang lebih menarik lagi yang hanya terfokus pada satu motor saja yaitu hanya motor Yamaha *all new* Byson FI, Melakukan brand activation Yamaha all new Byson FI melalui website resmi dan *official account* Yamaha dan Meningkatkan promosi Yamaha all new Byson FI melalui *event-event* otomotif, radio, majalah, surat kabar, media sosial dan televisi.

**Kata kunci** : Terpaan Iklan, Brand Awareness, Iklan Yamaha all new Byson FI, Top Brand Awards

# **EFFECT ADVERTISING EXPOSURE TELEVISION OF YAMAHA ALL NEW BYSON FI ON BRAND AWARENESS**

**(Survey To Student Light Vehicle Engineering Department of SMK Hutama  
Bekasi)**

**M.Fajar Rialdi**

## **Abstract**

This research was conducted to measure the effect of advertising exposure of all new Yamaha Byson FI to brand awareness. Ads aimed raises brand awareness (brand awareness), and a brand is strongly influenced by the survey agency was named Top Brand Awards. The all-new Yamaha Byson FI decreased the percentage of 3% in the 2016 survey phase 1, where the results of the survey strongly influence brand all-new Yamaha Byson FI. This makes the writer wanted to know how strong the influence of advertising exposure of all new Yamaha Byson FI to brand awareness. This research was conducted by using a quantitative approach is eksplanatif census. Respondents of this research is Hutama Bekasi vocational students numbering 62 people. The results of this study were obtained value 6.2416  $t > t$  table 1.67065, which means there are significant advertising exposure to the influence of the all-new Yamaha Byson FI towards brand awareness is 9.445. Suggestions author, Creating Ad Yamaha all new Byson FI is more interesting to focus on only one motor alone is only Yamaha all new Byson FI, Doing brand activation Yamaha all new Byson FI through the official website and official accounts Yamaha and Improve promotions Yamaha all new Byson FI through automotive events, radio, magazines, newspapers, social media and television.

**Keywords** : Exposure Advertising, Brand Awareness, all-new Yamaha Byson FI ads, Top Brand Awards

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak Februari 2016 ini adalah Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Yamaha *All New Byson FI Terhadap Brand Awareness* (Survey Kepada Siswa Jurusan Teknik Kendaraan Ringan SMK Utama Bekasi). Terima kasih penulis ucapkan kepada Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Iyus Sobari, Neneng Ida Farida serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 9 Agustus 2016

Penulis

M.Fajar Rialdi



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
I.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b>	
II.1 Teori Dasar.....	11
II.2 Definisi Konsep.....	14
II.3 Kerangka Berpikir.....	18
II.4 Perumusan Hipotesis.....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENULISAN</b>	
III.1 Metode Penelitian.....	21
III.2 Populasi dan Sampel.....	21
III.3 Operasional Variabel.....	22
III.4 Metode Pengumpulan Data.....	26
III.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
III.6 Metode Analisis Data.....	32
III.7 Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
III.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	34
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	35
IV.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
IV.3 Hasil Penelitian.....	60
<b>BAB V PENUTUP</b>	
V.1 Kesimpulan.....	62
V.2 Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA.....	64
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kerangka Berpikir.....	19
Tabel 3.1	Variabel X.....	22
Tabel 3.2	Variabel Y.....	24
Tabel 3.3	Skala <i>Likert</i> .....	27
Tabel 3.4	Uji Validitas Variabel X.....	29
Tabel 3.5	Uji Validitas Variabel Y.....	29
Tabel 3.6	Skala <i>Alpha Cronchbach</i> .....	31
Tabel 3.7	Reliabilitas Variabel X.....	31
Tabel 3.8	Reliabilitas Variabel Y.....	31
Tabel 3.9	Nilai Koefisien Korelasi.....	32
Tabel 3.10	Rencana Jadwal Penelitian.....	34
Tabel 4.1	Profil Yamaha Indonesia Motor Mfg. PT.....	35
Tabel 4.2	Spesifikasi Yamaha <i>all new</i> Byson FI.....	40
Tabel 4.3	Identitas Sekolah.....	42
Tabel 4.4	Identitas Kepala Sekolah.....	42
Tabel 4.5	Umur.....	43
Tabel 4.6	Kelas.....	43
Tabel 4.7	Jawaban Responden Pernyataan 1 (Variabel X).....	44
Tabel 4.8	Jawaban Responden Pernyataan 2 (Variabel X).....	44
Tabel 4.9	Jawaban Responden Pernyataan 3 (Variabel X).....	45
Tabel 4.10	Jawaban Responden Pernyataan 4 (Variabel X).....	45
Tabel 4.11	Jawaban Responden Pernyataan 5 (Variabel X).....	46
Tabel 4.12	Jawaban Responden Pernyataan 6 (Variabel X).....	46
Tabel 4.13	Jawaban Responden Pernyataan 7 (Variabel X).....	47
Tabel 4.14	Penilaian Terpaan Iklan.....	48
Tabel 4.15	Jawaban Responden Pernyataan 1 (Variabel Y).....	49
Tabel 4.16	Jawaban Responden Pernyataan 2 (Variabel Y).....	49
Tabel 4.17	Jawaban Responden Pernyataan 3 (Variabel Y).....	50
Tabel 4.18	Jawaban Responden Pernyataan 4 (Variabel Y).....	50
Tabel 4.19	Jawaban Responden Pernyataan 5 (Variabel Y).....	51
Tabel 4.20	Jawaban Responden Pernyataan 6 (Variabel Y).....	51
Tabel 4.21	Jawaban Responden Pernyataan 7 (Variabel Y).....	52
Tabel 4.22	Jawaban Responden Pernyataan 8 (Variabel Y).....	52
Tabel 4.23	Jawaban Responden Pernyataan 9 (Variabel Y).....	53
Tabel 4.24	Penilaian <i>Brand Awareness</i> .....	54
Tabel 4.25	Nilai Koefisien Korelasi.....	55
Tabel 4.26	Hasil Uji Korelasi.....	56
Tabel 4.27	Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.28	Koefisien.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tabel Kategori Sepeda Motor <i>Sport Top Brand Awards</i> 2015 fase1.....	5
Gambar 1.2	Tabel Kategori Sepeda Motor <i>Sport Top Brand Awards</i> 2016 fase1.....	5
Gambar 4.1	Logo Yamaha.....	35
Gambar 4.2	Yamaha <i>all new</i> Byson FI.....	39
Gambar 4.3	Struktur Organisasi.....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Form Tanda Persetujuan Skripsi (A2.2)
Lampiran 2	Form Tanda Persetujuan Skripsi (A5)
Lampiran 3	Surat Riset
Lampiran 4	Surat Keterangan Selesai Riset
Lampiran 5	Ijazah SMA
Lampiran 6	KHS (Kartu Hasil Studi)
Lampiran 7	<i>Print Out</i> Pembayaran Mahasiswa
Lampiran 8	Sertifikat TOEFL
Lampiran 9	Surat Keterangan Bebas Pinjaman Perpustakaan FISIP
Lampiran 10	Daftar Kehadiran Mengikuti Seminar Proposal/Ujian Skripsi
Lampiran 11	Sertifikat Outbound Universitas
Lampiran 12	Kuesioner
Lampiran 13	Tabel Induk Kuesioner
Lampiran 14	Tabel Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y
Lampiran 15	Uji Korelasi dan Regresi
Lampiran 16	Koefisien Determinasi
Lampiran 17	Dokumentasi Foto
Lampiran 18	Cuplikan Iklan Yamaha <i>All New</i> Byson FI