

**PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK *MIE SEDAP* VERSI “MIE
SEDAP BASO” DI TELEVISI TERHADAP TINGKAT
*BRAND RECALL***

(Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UMY Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

SADDAM HUSEIN HASIBUAN

20080530116

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

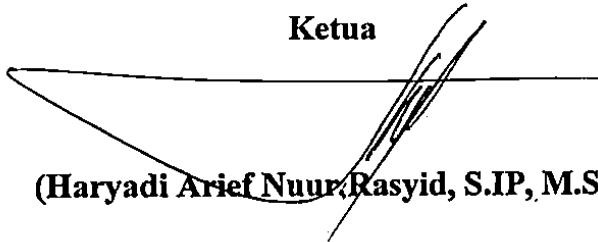
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 16 April 2014
Tempat : Ruang Editing
Nilai :

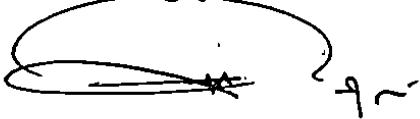
SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc)

Penguji I



(Krisna mulawarman, S.Sos, M.Sn)

Penguji II



(Firly Annisa, S.IP, MA)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal : 16 April 2014

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Saddam Husein Hasibuan
Nim : 20080530116
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjaannya.

Yogyakarta, 22 April 2014

Penulis

Saddam Husein Hasibuan

MOTTO

“Barang siapa menempuh suatu jalan menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(HR. Muslim)

“Cobalah tidak untuk menjadi seseorang yang sukses, tetapi menjadi seseorang yang bernilai”

(Albert Einstein)

“Jangan pernah sekalipun berfikir untuk berjuang setengah hati karena itu membuat waktumu terbuang saja, berjuanglah sepenuh hati, niscaya lah perjuangannya tidak ada yang sia-sia”

HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI KUPERSEMBAHKAN KEPADA:

- ❖ Ayahku dan mamakku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan selalu berdoa untuk keberhasilanku serta dorongan moril dan materiil sehingga terselesainya studi dan karya ilmiah (skripsi) ini dan terimakasih sudah sabar menunggu kelulusan aku.
 - ❖ Keluarga besarku Kak Herlina, Bang Nawir, Adek Azroi, Adek Arifin, Adek Desy Rahmadani, Incek Amran dan Safar yang selalu mendukung dan memberikan hal positif sehingga skripsi ini selesai, Kalianlah yang membuat aku semangat.
 - ❖ Keluarga Besar IPMALAY yang selalu mendukung, selalu memberikan perhatian dan mengingatkan aku ketika aku malas mengerjakan skripsi, kalian keluarga terbaikku di Yogyakarta.
 - ❖ Teman-teman di IPMALAY Nandar, Febry, Irwan, Nahri, Siti, Ika, Retno, Mbak Wiwik, Mbak Rini, Mbak Lely, Bang Rio, Bang Helly, Lina, Dedi, Purnama yang selalu memberi semangat dan selalu memberi dukungan sehingga skripsi ini selesai.
 - ❖ Mbak Ana yang baik hati yang selalu perhatian dan selalu memotivasi aku sehingga aku semangat untuk menyelesaikan skripsiku.
 - ❖ Teman-teman seperjuangku Danu, Angga, Reza Aceh, Iin, Ilham, Rahmad, Gatra yang
- Adek-kamotivasi dan memberi dukungan sehingga skripsi ini selesai dan Ra Vudi

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam saya haturkan junjungan nabi besar Muhammad SAW yang atas pribadi mulianya menjadi inspirasi dalam kehidupan saya.

Alhamdulillah, skripsi yang berjudul **Pengaruh Terpaan Iklan Produk *Mie Sedap* versi “Mie Sedap Baso” di Televisi terhadap Tingkat *Brand Recall* (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UMY Yogyakarta)** ini telah terselesaikan dengan baik berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan segala sesuatu yang terbaik untuk umatnya. Terima Kasih atas kesehatan, kelancaran, dan petunjuk serta ridho yang telah Engkau berikan.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai guru didalam hidupku dan sebagai pemberi syafa'at di yaumul akhir nantinya, amin.
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP, M.Sc, selaku Ketua Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Zuhdan Aziz, S.Sn selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas

5. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang senantiasa meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan masukannya kepada saya.
6. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos, M.Sn, selaku Dosen Penguji yang sudah meluangkan waktu menguji skripsi saya dan terimakasih buat saran-sarannya.
7. Ibu Firly Annisa, S.IP, MA, selaku Dosen Penguji yang sudah senantiasa meluangkan waktu menguji skripsi saya dan terimakasih buat revisi dan sarannya.
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Teristimewa kepada Orang Tua saya H. Ruslan Hasibuan dan Hj. Dahliana Nasution yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril dan materil kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga Besar saya, Kak Herlina, Bang Nawir, Incek Amran, Adek Azroi, Adek Arifin, Adek Desy yang selalu memberi motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Staf dan Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi khususnya Bapak Mujono, Bapak Muryadi, Mas Yuli dan Mbak Siti yang banyak membantu sehingga skripsi ini selesai.
12. Kawan-kawan Angkatan 2008, mudah-mudahan kita di beri jalan kesuksesan.
13. Sahabat-sahabat saya Danu, Iin, Angga, Reza Aceh yang ikut berpartisipasi dan selalu memberi motivasi.

15. Keluarga Besar IPMALAY, kalian keluarga terbaik saya di Yogyakarta.
16. Serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Terima kasih yang sebanyak-banyaknya dan hanya doa yang dapat saya panjatkan semoga Allah SWT selalu memberikan yang terbaik. Saya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 22 April 2014

Penulis

Saddam Hussein Hasibuan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Teori.....	5
F. Pengembangan Hipotesis	15
G. Model Penelitian.....	18
H. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	18

I. Pengukuran Variabel	21
J. Metode dan Teknik Penelitian	23
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	28
A. Mie Sedap	28
B. Iklan Mie Sedap versi “Mie Sedap Baso”	31
C. Penelitian Terdahulu	33
BAB III HASIL PENELITIAN	38
A. Sajian Data	38
B. Deskripsi Responden	39
C. Deskripsi Variabel	41
D. Uji Model dan Hipotesis Penelitian	44
E. Focus Group Discussion	51
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	52
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 2.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 3.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Ketertarikan terhadap Produk.....	40
Tabel 4.	Variabel Terpaan Iklan Produk Mie Sedap di Televisi	41
Tabel 5.	Tingkat <i>Brand Recall</i>	43
Tabel 6.	Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 7.	Hasil Uji Model Penelitian	45
Tabel 8.	Hasil Regresi Linier Metode OLS	49
Tabel 9.	Hasil R^2 (Koefisien Determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram <i>Brand Recall</i>	12
Gambar 2. Model Penelitian.....	18
Gambar 3. Varian Mie Sedap	30
Gambar 4. Produk Mie Sedap dalam Iklan Versi “Mie Sedap Baso”	31
Gambar 5. Adegan dalam Iklan Versi “Mie Sedap Baso”	22

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Saddam Husein Hasibuan (20080530116)

Pengaruh Terpaan Iklan Produk *Mie Sedap* versi “Mie Sedap Baso” di Televisi terhadap Tingkat *Brand Recall* (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UMY Yogyakarta)

Tahun Skripsi 2014

Fenomena yang terjadi saat ini adalah banyaknya perusahaan yang memilih media Televisi untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu produknya. Media periklanan di Televisi dipercaya sebagai media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi konsumen.

Metode penelitian yang dipakai adalah Analisis deskriptif dan metode analisis kuantitatif. Sampel yang diambil adalah sebagian Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UMY Yogyakarta yang pernah menyaksikan iklan *Mie Sedap* versi “Mie Sedap Baso” di televisi. Banyaknya sampel yang akan diambil dan akan diteliti sebanyak 100 sampel. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden menilai “Sedang” variabel terpaan iklan produk *Mie Sedap* versi “Mie Sedap Baso” di televisi, kebanyakan responden menilai “Sedang” variabel tingkat *brand recall*, hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel terpaan iklan produk *Mie Sedap* di televisi mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat *brand recall*.

Hal ini dapat diartikan, jika terpaan iklan produk *Mie Sedap* di televisi meningkat, maka tingkat *brand recall* juga akan mengalami peningkatan signifikan, dan hasil analisis diperoleh R^2 (Koefisien Determinasi atau *R Square*) sebesar 0,080 artinya variabel dependen (Y) dalam model yaitu tingkat *brand recall* (Y) dijelaskan oleh variabel independen (X) yaitu terpaan iklan produk *Mie Sedap* di televisi (X) sebesar 8,0%, sedangkan sisanya sebesar 92,0% dijelaskan oleh variabel lain di luar model, misalnya bintang iklan, tema iklan, desain iklan, dll.