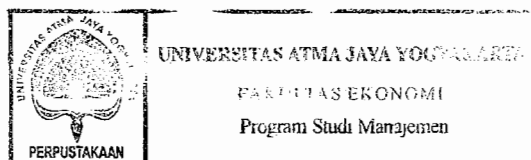


asli

Advertising

KEMENTERIAN PERPUSTAKAAN	
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA	
28 MAY 2007	
Kategori	3303/EM/Hd.5/2007
Revisi	R/ 659.1 xdh 06



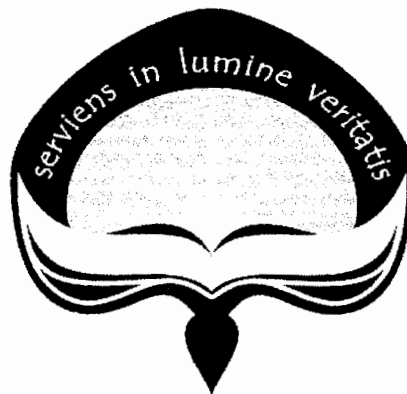
**ANALISIS IKLAN SHAMPOO MEREK SUNSILK
CLEAN & FRESH BERDASARKAN ELEMEN AIDCA
MELALUI MEDIA TELEVISI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Adhita Maharani Dewi

NPM: 02 03 13729

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

MARET, 2006

SKRIPSI

**ANALISIS IKLAN SHAMPOO MEREK SUNSILK
CLEAN & FRESH BERDASARKAN ELEMEN AIDCA
MELALUI MEDIA TELEVISI**

Disusun Oleh

Nama : ADHITA MAHARANI DEWI

NPM : 02 03 13729

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Tanggal 11 Januari 2006

SKRIPSI

**ANALISIS IKLAN SHAMPOO MEREK SUNSILK
CLEAN & FRESH BERDASARKAN ELEMEN
AIDCA MELALUI MEDIA TELEVISI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Adhita Maharani Dewi

NPM : 02 03 13729

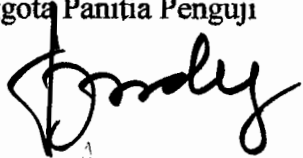
Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 3 Februari 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

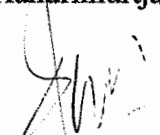
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Budi Suprpto, Drs., MBA., Ph.D

Anggota Panitia Penguji

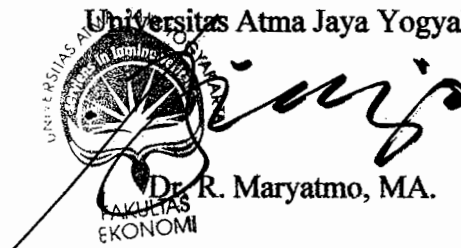

Deddy Handrimurtjahjo, Drs., MBM


C. Jarot Priyugutomo, Drs., MBA

Yogyakarta, 3 Februari 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Dr. R. Maryatmo, MA.
FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS IKLAN SHAMPOO MEREK SUNSILK CLEAN & FRESH BERDASARKAN ELEMEN AIDCA MELALUI MEDIA TELEVISI

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustakan. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kemablikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Januari 2005

Yang menyatakan



Adhita Maharani Dewi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan anugerah, mujizat, dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “ANALISIS IKLAN SHAMPOO MEREK SUNSILK CLEAN & FRESH BERDASARKAN ELEMEN AIDCA MELALUI MEDIA TELEVISI”.

Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selanjutnya peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Drs. C. Jarot Priyugotomo, MBA selaku pembimbing penelitian yang telah memberikan petunjuk, bimbingan serta arahan.
2. Bapak Ibu pengurus perpustakaan ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah menolong dalam pencarian literature yang dibutuhkan oleh penulis.
3. Orang tuaku, terutama Mamaku tercinta, terima kasih buat semua cinta kasihmu. Aku berada sampai garis ini karena semua dukungangmu. I love u.
4. Seluruh keluargaku, terima kasih untuk pengakuan kalian terhadap keberadaanku.

5. Teman mainku, teman curhatku, teman masa depanku, teman hidupku, Indra, terima kasih buat cinta dan kasihmu serta doa dan dukungannya. Love u.
6. Sahabat-sahabatku di kampus UAJY, terima kasih untuk dukungannya, tanpa suport kalian aku tidak bisa berada disini. I love u all.
7. Sahabat-sahabatku di Sekolah Minggu Samuel Jajar, tengkyu buat kebersamaan kita selama ini, kalian tetap menjadi yang terbaik.
8. Sahabat-sahabatku di Teater Think, terima kasih untuk semua dukungan dan bersahabatan kita.
9. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini banyak kekurangannya, maka segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 10 Januari 2006

Penulis

(Adhita Maharani Dewi)

MOTTO

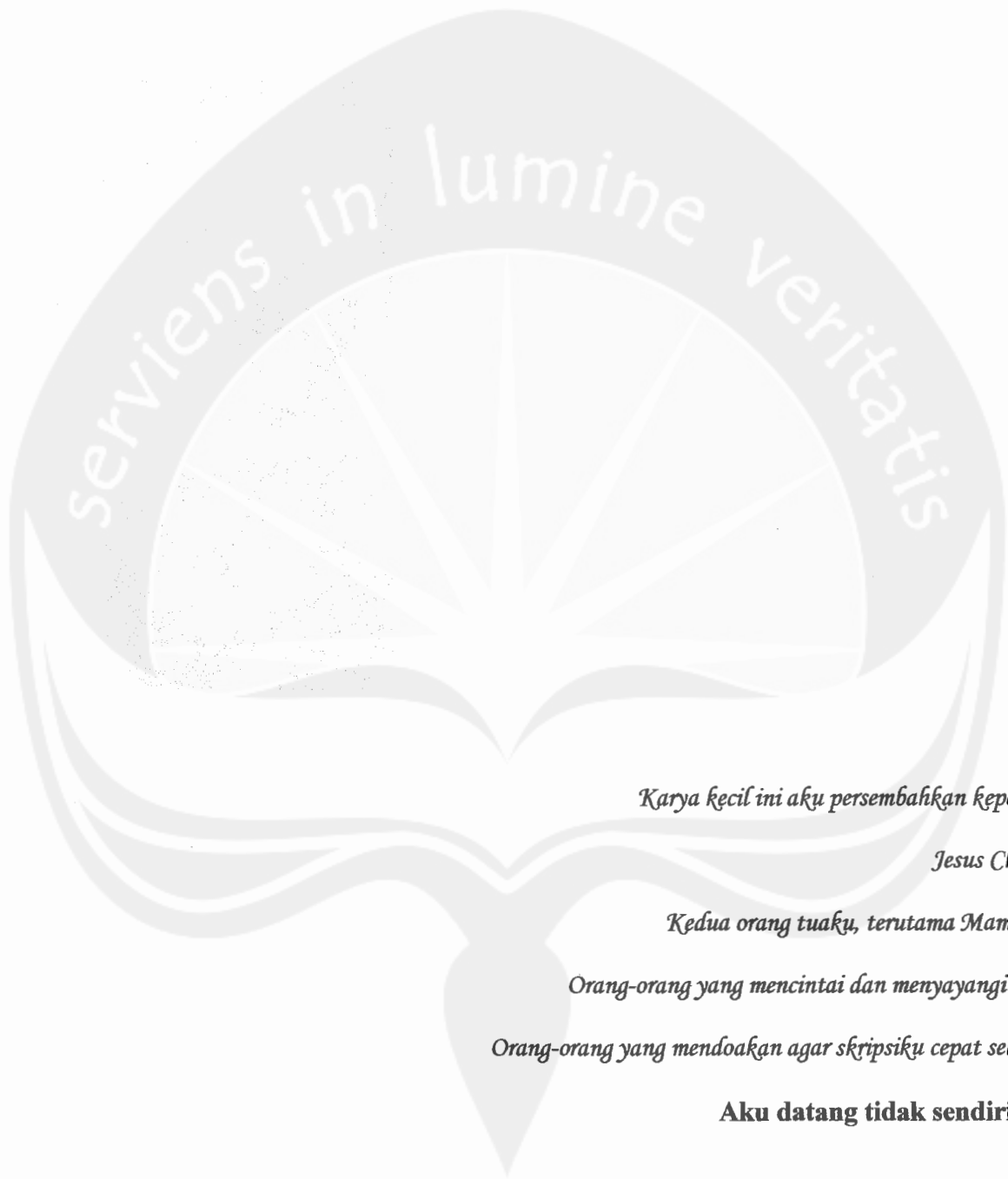


Didunia ini tidak ada yang mudah, tapi tidak ada yang tidak mungkin.

Jangan rencanaku, tapi kehendak-MU yang terjadi Tuhan, jangan tenggatku, tapi waktu-MU ya Allah.

Aku ada di dunia karena rencana Tuhan dan aku diadakan untuk menjadi berkat bagi orang lain.

PERSEMBAHAN



Karya kecil ini aku persembahkan kepada:

Jesus Christ

Kedua orang tuaku, terutama Mamaku

Orang-orang yang mencintai dan menyayangi aku

Orang-orang yang mendoakan agar skripsiku cepat selesai

Aku datang tidak sendiri !!!

Aku datang tidak sendiri !!!

My Lord, Jesus Christ, tengkyu buat semua, tanpa mujizat, anugrah dan berkat-Mu, aku tidak mungkin duduk dikursi panas ini. I love u...

Mamaku, tengkyu.....aku persembahkan karya ini kepadamu. Tengkyu buat pengorbanan dan jerih payahmu sehingga aku sampai di titik ini. Love u.

Keluargaku (Dewi, Anggi, Andre, Papa) yang mendoakan dan mendukung aku, tengkyu buat doa dan dukungannya.

Pak Jarot, dosenku yang baik hati (halah opo??) matur nuwun nggih. Tanpa jenengan, kulo mboten saged ngrampungke skripsi n penda2ran. Matur nuwun.....

Teman main, teman curhat, teman bercandaku, dan kalau Tuhan mengijinkan menjadi teman hidupku, tengkyu buat dukungan, doa, dan cinta. Matur nuwun buat pelajaran cintanya, Indra ;o) love u...muach....muach walau terkadang kamu nyebelin, but no problem huahaa.....(*_*)

Teman lucu, Gilang, Nyomlek, hehe....kalian lucu, tapi item2 n mbuthul2 sering2 mandi dech, biar gak ngrusak pemandangan ;o)

Teman seperjuanganku acid, thanks, aku tidak akan berani mengambil resiko dengan meninggalkan nilai D diraportku, kalau tanpa dukunganmu. Good luck fren. Terus berjuang, aku tau kamu bisa lebih dari aku !!! Teman seperjuangku acid, tanpa huruf d *acie*, bersamamu memacu semangatku untuk berbuat lebih bagi pendidikkanku, tengkyu. Ayo lulus bareng-bareng, wisuda bareng, makan bareng hehehe.....!!! jadi inget kita ngerjain tugas rame-rame di lab.hitam, padahal waktunya udah mepet banget, aku suka itu ;o)

Sinta, Devi, Ranci cepet lulus ya...enak lho dak kuliah, isa maen kemana-mana.

Hehe... Good luck !!!

Fany, sedih nich aku gak isa gojek lagi ma kamu. Thanks banget ya buat pinjaman jaket almamaternya selama aku kkn, tidak akan aku lupakan jasa baikmu. Keep smile, cepet lulus ya....good luck. Miss u frend..... ;o)

Ria si warna butek, aku kalau inget kamu mesti ketawa terus. Rambutnya direbonding oe..ben lurus. Trims ya buat semuanya, aku seneng punya teman kayak kamu, selalu ceria, cepet lulus ya. Good luck..

Siska kecil mungil, tengkyu ya, dah ditemani pendadaran, n tengkyu dah sering curhat2 ma aku, jadi berkat ya bagi orang lain. Tetap tegar, coz segala sesuatu indah pada waktunya. Keep smile n always be happy miss u.....

Desbi, sory aku telat banget taunya. Tetep semangat ya, sist. Apapun yang terjadi, itu yang terbaik bagimu.....love u sist...

Ratna ceking (*_*) sing akeh maemme, gen lemu...yang rajin belajar n kuliah, karena hidup menjadi lebih indah bila kita punya target (ciee....halah opo??)

Nina, tengkyu ya.....keep being my sist. Cepet lulus ya sist. GBU always..

Ima, di UMS, matur nuwun, buat semua buku dan pengetahuan tambahan yang telah kau sumbangkan dalam penyusunan skripsi ini. Kamu cepet lulus ya, ojo dolan terus terus plus ojo mbojo terus ;o)

Itha, teman maenku...hehehe.....tetap tegar, di dunia ini tidak ada yang mudah, tapi tidak ada yang tidak mungkin. Ayo, digarap skripsine...ojo males2, males marai tuo.

Be mature...Gbu.

Dek Ika, terus semangat melayani, jangan lelah, aku bangga padamu ;oP Mas Putut, ayo golek kerja bareng2 n jangan tinggalkan Solo, coz kamu masih harus ngajar Sekolah Minggu hehehe.....Diandra Senux, matur nuwun buku SPSSnya, aku jadi tambah pintar ;o) n yang jelas buku itu mbantu banget, fitness...fitness....!!!

Intan, temenku pas KKN, trims ya buat semuanya selama kita KKN bareng-bareng. Jangan selingkuh terus oe...n cepet lulus!! Adi temenku juga pas KKN, pengecut lu....!!! Cepet lulus!! Good luck.

Agung, Rico, Yudi....keep being my friend. Sori kalau aku dah tidak sering maen sama kalian lagi, sibuk je....ngurusi anak bojo huahaha...Agung, cepet lulus ya. Rico, kapan marid? Yudi, gek ndang cari kerja, jangan sia-siakan waktu mudamu, tengkyu ya buat idenya...segala sesuatu memang indah pada waktunya.

Brian, tengkyu buat printnya.....sory ngabisin tintamu ;o) kapan2 lagi ya....!!

Nina di UPN, temanku SMA yang paling mudah aku temui. Matur nuwun dah dikancani pendadaran, lemah2 teles Gusti Allah sing mbales...

Mbak Nurul, lulus bareng je...enak..enak....!!!

*Untuk semua orang, kalian tidak pernah sendirian dalam menghadapi hidup, Jesus always bless
you, like He bless me !!!*

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	iv
Halaman Motto.....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Bab I Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Batasan Masalah.....	7
F. Hipotesis.....	9
G. Metode Penelitian.....	10
1. Metode Populasi, Metode Pengambilan Sampel, dan Teknik Sampling.....	10

2.	Variabel Penelitian.....	11
3.	Metode Pengumpulan Data.....	13
H.	Teknik Pengujian Instrument.....	14
1.	Uji Validitas.....	14
2.	Uji Reliabilitas.....	14
I.	Metode Analisis Data.....	15
1.	Analisis Karakteristik Responden.....	15
2.	Analisis Baik dan Tidaknya Iklan.....	15
3.	Analisis Perbedaan Penilaian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	18
4.	Analisis Perbedaan Penilaian Berdasarkan Usia.....	19
J.	Sistematika Pembahasan.....	21
BAB II	Landasan Teori.....	23
A.	Pengertian Perilaku Konsumen.....	23
B.	Konsep Perilaku Konsumen.....	24
C.	Perilaku Konsumen dan Strategi Promosi.....	26
1.	Proses Komunikasi dalam Promosi.....	26
2.	Elemen-elemen dalam Proses Komunikasi.....	27
3.	Proses Komunikasi Melalui Iklan dan Model AIDCA.....	29
D.	Respon Konsumen.....	33

E.	Advertising.....	35
1.	Pengertian Advertising.....	35
2.	Manfaat Iklan Bagi Konsumen.....	39
3.	Tujuan Periklanan.....	40
4.	Macam-macam Sasaran Periklanan.....	42
F.	Iklan Melalui Media Televisi.....	44
1.	Bentuk-bentuk Iklan Televisi.....	45
2.	Kekuatan Iklan Melalui Media Televisi.....	46
3.	Kelemahan Iklan Melalui Media Televisi.....	48
G.	Baik dan Tidaknya Iklan Melalui Media Televisi.....	49
BAB III	Metodologi Penelitian.....	50
A.	Populasi dan Penentuan Sampel.....	50
B.	Metode Pengumpulan Data.....	50
C.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
1.	Uji Validitas.....	51
2.	Uji Reliabilitas.....	52
D.	Metode Analisis Data.....	53
1.	Analisis Karakteristik Responden.....	53
2.	Analisis Baik dan Tidaknya Iklan.....	53
3.	Analisis Perbedaan Penilaian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57

4.	Analisis Perbedaan Penilaian Berdasarkan Usia.....	58
BAB VI	Analisis Data.....	60
A.	Prosedur Analisis.....	60
1.	Pengujian Validitas.....	61
2.	Pengujian Reliabilitas Kuesioner.....	63
B.	Analisis Hasil Penelitian.....	64
1.	Analisis Karakteristik Responden.....	64
2.	Data Penelitian.....	65
3.	Analisis Baik dan Tidaknya Iklan.....	67
4.	Analisis Perbedaan Penilaian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
5.	Analisis Perbedaan Penilaian Berdasarkan Usia.....	76
BAB V	Kesimpulan dan Saran.....	81
A.	Kesimpulan	81
B.	Saran.....	82
	DAFTAR PUSTAKA.....	85
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

VI.1	Hasil Perhitungan Validitas.....	62
VI.2	Indeks Reliabilitas.....	63
VI.3	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	65
VI.4	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
VI.5	Data Tanggapan Responden.....	66
VI.6	Perhitungan Skor Rata-rata untuk setiap Item Pertanyaan.....	67
VI.7	Perhitungan Skor untuk setiap Elemen AIDCA.....	68
VI.8	Hasil Independent Sampel T-test.....	74
VI.9	Hasil Analisis One Way Anova untuk Elemen Attention.....	77
VI.10	Hasil Analisis One Way Anova untuk Elemen Interest.....	77
VI.11	Hasil Analisis One Way Anova untuk Elemen Desire.....	78
VI.12	Hasil Analisis One Way Anova untuk Elemen Conviction.....	78
VI.13	Hasil Analisis One Way Anova untuk Elemen Action.....	79

DAFTAR GAMBAR

II.1	Berbagai Elemen dalam Proses Komunikasi.....	28
II.2	Model Perilaku Pembeli.....	34
II.3	Efek Enam Tahap.....	37
II.4	Pengaruh Jangka Panjang Iklan.....	39