**EFEKTIVITAS IKLAN SPRITE DI TELEVISI VERSI “KENYATAAN YANG MENYEGARKAN” DIUKUR DENGAN *DIRECT RATING METHOD***

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



**OLEH :**

**ABIWARDHANA BAYU P.**

**NBI. 1151600033**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**SURABAYA**

**2020**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : **Abiwardhana Bayu Priyndra**

NPM : 1151600033

Judul : EFEKTIVITAS IKLAN SPRITE DI TELEVISI VERSI KENYATAAN YANG MENYEGARKAN DIUKUR DENGAN *DIRECT RATING METHOD*.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Endro Tjahjono, MM.

Sidoarjo,8 Juli 2020

Disetujui oleh

Dosen pembimbing

Fitri Norhabiba, S.I.Kom.,M.I.Kom

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultsa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji

1. Fitri Norhabiba, S.I.Kom.,M.I.Kom ( )

Ketua

1. Prof. Dr. Sam Abede Pareno, MM., MH ( )

Anggota

1. Beta Puspitaning Ayodya, S.SOS., MA ( )

Anggota

Mengesahkan

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

**Dr. Endro Tjahjono, MM.**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Abiwardhana Bayu Priyandra

NPM : 1151600033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skrpsi : EFEKTIVITAS IKLAN SPRITE DI TELEVISI VERSI KENYATAAN YANG MENYEGARKAN DIUKUR DENGAN *DIRECT RATING METHOD*.

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dari/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis, sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya.

Sidoarjo,8 Juli 2020

Yang membuat pernyataan

Abiwardhana Bayu Priyandra

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

MOTTO

Berusaha dengan sungguh – sungguh dan selalu dampingi dengan ibadah, maka semua akan terasa mudah.

KATA PERSEMBAHAN

Laporan ini dipersembahkan kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dosen Pembimbing 1, Dosen Pembimbing 2 dan Dosen Wali
4. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung dan mendoakan.
5. Teman – teman yang telah membantu penelitian ini.

ABSTRAK

Televisi merupakan media yang sering dipakai oleh banyak perusahaan untuk memasarkan produknya, cara memasarkannya yaitu dengan menggunakan iklan. Perusahaan merancang sebuah iklan dengan memikirkan strategi yang tepat , strategi tersebut adalah dengan merancang iklan efektif. Iklan efektif maksudnya adalah iklan yang kreatif, salah satunya adalah iklan Sprite di televisi versi “Kenyataan Yang Menyegarkan”. Tujuan penelitian ini adalah adalah untuk mengetahui keefektifitasan iklan Sprite di televisi versi “Kenyataan Yang Menyegarkan” diukur dengan *Direct Rating Method.* Penelitian ini menggunakan model *hierarchy of effect*  dengan metode pengukuran *Direct Rating Method*. Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Iklan Sprite di televisi versi “Kenyataan Yang Menyegarkan” mendapatkan hasil skor total dari pengukuran *Direct Rating Method* sebesar 76,69, hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan Sprite di televisi versi “Kenyataan Yang Menyegarkan” dikategorikan sebagai iklan yang efektif.

**Kata Kunci**: Efektivitas Iklan, *hierarchy of effect*, *Direct Rating Method* (DRM).

*ABSTRACT*

*Television is a media that is often used by many companies to market its products, how to market it by using advertisements. The company designed an advertisement by thinking of the right strategy, the strategy is designing effective advertising. Effective advertising means creative advertising, one of which is the Sprite ad on the television version of "refreshing reality". The purpose of this research is to determine the effectiveness of Sprite ads on the television version of "refreshing reality" measured by a Direct Rating methoD. The Study uses the hierarchy of Effect model with the Direct Rating Method. This type of research is quantitative research with data collection techniques in the form of questionnaires. Sprite ads on the television version of "refreshing reality" received a total score from the 76.69 Direct Rating Method Measurement , the result was concluded that the Sprite advertisement in the television version of "refreshing reality" was categorized as an effective advertisement.*

***Keywords****: ad effectiveness, Hierarchy of Effect, Direct Rating Method (DRM).*

.

KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr. Wb.**

 Puji syukur saya panjatkan kepada tuhan yang Maha Esa karena rahmat dan ridho-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang telah dikerjakan dengan judul “Efektivitas Iklan Sprite Versi Kenyataan Yang Menyegarkan diukur dengan *Direct Rating Method.* Skripsi tersebut terselesaikan sebagai syarat yang harus ditempuh oleh peneliti untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

 Pada pengerjaannya peneliti tidak luput dari bantuan serta saran dari keluarga, teman – teman, serta rekan – rekan yang turut membantu dalam terselesaikannya skripsi ini. Untuk tidak mengurangi rasa hormat kepada pihak yang membantu maka peneliti mengucapkan terima kasih kepada semuanya, khususnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta ridhonya karena-Nya penulis masih diberi kesehatan jasmani serta rohani sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA selaku Rekto Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. Endro Tjahyono, MM. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med. Kom selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Fitri Norhabiba, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan ilmu, bimbingan, waktu serta bantuan moral selama penulisan skripsi ini.
6. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan selama pengerjaan skripsi.
7. Para dosen prodi Ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan berlangsung.
8. Para staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
9. Para responden mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2016 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Kedua orang tua yang telah memberi dukungan serta doa supaya penulis dapat menyelesaikan perkuliahannya dan mendapatkan gelar Sarjana tepat waktu.
11. Seluruh keluarga serta saudara yang telah memberi doa serta dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini.
12. Bebby Savili Prameswarini selaku pasangan penulis yang telah memberikan waktu, dorongan semangat, bantuan moral, serta *support* dalam bentuk apapun sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
13. Sahabat Sobat Gurun, Rere, Ilham ,Syahrul, Yunus, dan soni yang telah banyak membantu dalam memberikan bantuan saran, semangat serta telah menghibur penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
14. Teman – teman Areknya, Sulfa, Iqbal, Ammy, Rosy, Toni, Angga, Galih, Nadila yang telah memberikan saran, semangat, serta waktunya untuk rela mendengarkan curhatan dan kekesalan penulis selama pengerjaan skripsi yang pada akhirnya penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini.
15. Dan semua pihak lain yang turut membantu dalam pengerjaan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih sebanyak – banyaknya semoga kalian semua sukses dan berhasil, Aamiin.

Penulis merasa bahwa skripsi yang telah dikerjakan masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan peneliti. Untuk itu penulis meminta maaf apabila ada kekurangan dalam penulisan skripsi ini sehingga kritik dan saran sangat membantu dalam membangun perbaikan di masa yang mendatang. Semoga skripsi ini dapat berguna dan dapat dimanfaatkan sebaik – baiknya, terima kasih.

**Wassalamualaikum Wr. Wb.**

Sidoarjo,8 Juli 2020

Abiwardhana Bayu Priyandra

DAFTAR ISI

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

[SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS iii](#_Toc45184010)

[LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI iv](#_Toc45184011)

[MOTTO v](#_Toc45184012)

[KATA PERSEMBAHAN vi](#_Toc45184013)

[ABSTRAK vii](#_Toc45184014)

[*ABSTRACT* viii](#_Toc45184015)

[KATA PENGANTAR ix](#_Toc45184016)

[DAFTAR ISI xi](#_Toc45184017)

[DAFTAR TABEL xiv](#_Toc45184018)

[DAFTAR GAMBAR xv](#_Toc45184019)

[DAFTAR LAMPIRAN xvi](#_Toc45184020)

[PENDAHULUAN 1](#_Toc45184021)

[1.1 Latar Belakang 1](#_Toc45184022)

[1.2 Rumusan Masalah 6](#_Toc45184023)

[1.3 Tujuan Penelitian 6](#_Toc45184024)

[1.4 Manfaat Penelitian 6](#_Toc45184025)

[1.4.1 Manfaat Teoritis 6](#_Toc45184026)

[1.4.2 Manfaat Praktis 6](#_Toc45184027)

[1.5 Sistematika Penulisan 7](#_Toc45184028)

[KAJIAN PUSTAKA 9](#_Toc45184029)

[2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 9](#_Toc45184030)

[2.2 Teori *Hierarchy of Effect* 15](#_Toc45184031)

[2.3 Iklan Televisi 17](#_Toc45184032)

[2.4 *Direct Rating Method* 21](#_Toc45184033)

[2.5 Kerangka Pemikiran 25](#_Toc45184034)

[2.6 Hipotesis 26](#_Toc45184035)

[METODE PENELITIAN 27](#_Toc45184036)

[3.1 Rancangan Penelitian 27](#_Toc45184037)

[3.2 Subjek Penelitian 27](#_Toc45184038)

[3.2.1 Populasi 27](#_Toc45184039)

[3.2.2 Sampel 28](#_Toc45184040)

[3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel 29](#_Toc45184041)

[3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian 29](#_Toc45184042)

[3.4 Pengumpulan Data 35](#_Toc45184043)

[3.4.1 Uji Validitas 35](#_Toc45184044)

[3.4.2 Uji Reliabilitas 36](#_Toc45184045)

[3.5 Analisis Data 37](#_Toc45184046)

[PENYAJIAN DATA, ANALISA DAN PEMBAHASAN 39](#_Toc45184047)

[4.1 Deskripsi Obyek Penelitian 39](#_Toc45184048)

[4.1.1 Iklan Sprite Versi “Kenyataan Yang Menyegarkan” 39](#_Toc45184049)

[4.1.2 Mahasiswa FISIP UNTAG Surabaya 41](#_Toc45184050)

[4.2 Hasil Uji Validitas, Reabilitas Dan Normalitas 42](#_Toc45184051)

[4.2.1 Hasil Uji Validitas 42](#_Toc45184052)

[4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas 42](#_Toc45184053)

[4.3 Penyajian Data Variabel 43](#_Toc45184054)

[4.3.1 Identias Responden 43](#_Toc45184055)

[4.4 Analisis Data penelitian 46](#_Toc45184056)

[4.4.1 Variabel (X) Efektivitas Iklan Sprite di Televisi Versi “Kenyataan Yang Menyegarkan” diukur dengan *Direct Rating Method* (DRM) 46](#_Toc45184057)

[4.5 Pembahasan Penelitian 52](#_Toc45184058)

[PENUTUP 55](#_Toc45184059)

[5.1 Kesimpulan 55](#_Toc45184060)

[5.2 Saran dan Rekomendasi 56](#_Toc45184061)

[DAFTAR PUSTAKA 58](#_Toc45184062)

**LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

[Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 9](#_Toc45054200)

[Tabel 3.1 Perhitungan jumlah sampel untuk masing – masing jurusan. 29](#_Toc45054201)

[Tabel 3.2 Indikator variabel. 31](#_Toc45054202)

[Tabel 4.1 Hasil uji validitas variabel. 42](#_Toc45054203)

[Tabel 4.2 Skor yang didapat dari variabel *attention.* 47](#_Toc45054204)

[Tabel 4.3 Skor yang didapat dari variabel *read through.* 47](#_Toc45054205)

[Tabel 4.4 Skor yang didapat dari variabel *cognitive.* 48](#_Toc45054206)

[Tabel 4.5 Skor yang didapat dari variabel *affective.* 48](#_Toc45054207)

[Tabel 4.6 Skor yang didapat dari variabel *behaviour.* 49](#_Toc45054208)

[Tabel 4.7 Rentang Skala *Direct Rating Method.* 49](#_Toc45054209)

DAFTAR GAMBAR

[Gambar 1.1 Konsumsi Media oleh Milenial di Indonesia (2019) 2](#_Toc45052966)

[Gambar 1.2 Iklan Sprite versi “Kenyataan Yang Menyegarkan” 3](#_Toc45052967)

[Gambar 2.1 Tahapan Model *Hierarchy of Effect* 16](#_Toc45052968)

[Gambar 2.2 Efektivitas Iklan Sprite di Televisi Versi “Kenyataan yang Menyegarkan” Diukur dengan *Direct Rating Method*. 25](#_Toc45052969)

[Gambar 4.1 Logo Sprite 39](#_Toc45052970)

[Gambar 4.2 *Screenshot* iklan Sprite versi “Kenyataan Yang Menyegarkan” 40](#_Toc45052971)

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Perintah Revisi

LAMPIRAN 2 Konsultasi Skripsi

LAMPIRAN 3 Tabel Analisis *Direct Rating Method*

LAMPIRAN 4 Tabel Uji Validitas

LAMPIRAN 5 Tabel Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 6 Kuesioner Peneliti

LAMPIRAN 7 Hasil Turnitin