

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHAMPOO HEAD &
SHOULDERS “VERSI JOE TASLIM SLOGAN MOVE ON
BRO” TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

YUNITA RAHMAWATI

NBI. 1151600241

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHAMPOO HEAD &
SHOULDERS “VERSI JOE TASLIM SLOGAN MOVE ON
BRO” TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

OLEH :



YUNITA RAHMAWATI

NBI. 1151600241

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

na : Yunita Rahmawati

: 1151600241

al : Pengaruh Terpaan Iklan *Shampoo Head & Shoulders* versi Joe Taslim slogan "move on bro" terhadap persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya.

Surabaya, 22 Juni 2020

Mengetahui


Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing


Dr. Endro Fiahjono, MM.


Dr. Ayun Maduwinarti, MP

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana
pada tanggal 9 Juli 2020.

Dewan Penguji

1. Dr. Ayun Maduwinarti, MP
Ketua

2. Dra. Sri Andayani, MM
Anggota

3. A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom
Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17
AGUSTUS 1945 SURABAYA
DEKAN

Dr. Endro Tjahjono, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yunita Rahmawati

NPM : 1151600241

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan *Shampoo Head & Shoulders* "versi Joe Taslim slogan *move on bro*" terhadap persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya.

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 dan/arah 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 dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata 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.

Surabaya, 22 Juni 2020

Yang Menyatakan,



Yunita Rahmawati

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa :

Nama : Yunita Rahmawati
Nomor mahasiswa : 1151600241

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada badan perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul :

**Pengaruh Terpaan Iklan Shampoo Head & Shoulders “Versi Joe Taslim
Slogan Move On Bro” Terhadap Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi
Untag Surabaya**

Dengan demikian saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Surabaya

Pada tanggal : 22 Juni 2020

Yang menyatakan



(YUNITA RAHMAWATI)

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHAMPOO HEAD & SHOULDERS
“VERSI JOE TASLIM SLOGAN MOVE ON BRO” TERHADAP PERSEPSI
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA**

Yunita Rahmawati

(NBI : 1151600241)

ABSTRAK

Semakin tingginya persaingan penjualan membuat para pelaku penjualan semakin gencar menggunakan iklan media massa guna menarik konsumen, salah satunya membuat iklan yang kreatif dan mudah diingat, iklan *shampoo Head & Shoulders* menginovasi tampilan iklan menjadi lebih unik dan kreatif tentunya sangat berbeda dari iklan sebelumnya, iklan dengan versi Joe Taslim yang menggunakan slogan *move on bro* dibuat seperti *bloopers*. Sejak perilisnya iklan ini menjadi viral dan menimbulkan banyak reaksi dikalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan atau parsial antara terpaan iklan frekuensi, intensitas, durasi terhadap persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Metode yang digunakan penelitian kuantitatif dengan jenis data deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner *online* untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda secara komputerisasi dengan program SPSS 16.0. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, didapatkan variabel terpaan iklan frekuensi, intensitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa. Indikator paling tinggi terhadap persepsi mahasiswa adalah frekuensi menonton iklan.

Kata Kunci : Iklan, Terpaan, Shampoo , Persepsi Mahasiswa

The Exposure Effect of Head Shoulders Shampoo “Ads Joe Taslim Move On Bro Version Towards” The Perception of Communication Student in Untag Surabaya

Yunita Rahmawati

(NBI : 1151600241)

ABSTRACT

Increasing competition in sales makes salespeople more aggressively use mass media advertising to attract consumers, one of which makes advertising creative and memorable, Head & Shoulders shampoo ads innovating the look of advertising to be more unique and creative is certainly very different from previous ads, advertisements with Joe Taslim's version which uses the slogan move on bro is made like bloopers. Since its release, this ad has become viral and has caused a lot of reaction among the people. This study aims to determine whether there is a significant or partial influence between exposure to frequency, intensity, and duration of advertising on the perception of Untag Surabaya Communication Studies students. The method used is quantitative research with descriptive data types. The sampling technique uses purposive sampling. Data collection uses an online questionnaire for Untag Surabaya Communication Studies students. Data analysis used was computerized multiple linear regression analysis with SPSS 16.0. Based on the results of the t test that has been done, it is found that the frequency ad exposure variable, intensity has a positive and significant effect on student perceptions. The highest indicator of student perception is the frequency of watching advertisements.

Keywords: Advertising, Exposure, Shampoo, Student Perception

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul **Pengaruh Terpaan Iklan Shampoo Head & Shoulders “Versi Joe Taslim Slogan Move On Bro” Terhadap Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya** dengan tepat waktu. Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan masukan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ayah Samsul Huda dan Ibu Siti Muchlisah selaku kedua orang tua saya tercinta yang mengantarkan saya sampai detik ini, yang mendoakan, membantu, dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu dan pikirannya dan sabar untuk memberikan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Fitri Norhabiba, S.I.Kom.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang juga telah memberikan dukungan, kesabaran, waktu dan pikirannya selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen pengajar yang telah membagikan ilmunya selama saya kuliah.
5. Segenap staf perpustakaan dan staf karyawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah melayani dan membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
6. Sahabat tercinta saya sejak smp Nadia, Nafisa, dan Ilmi yang selalu membantu jika saya membutuhkan untuk kripsi saya dan selalu memberikan semangat.
7. Sahabat tercinta saya sejak smk Fitri, Yelin, Tyas, dan mbak Firoh yang

memberi semangat, Ika Fitri Sriliana yang tidak lupa selalu memberi support, R Salsabila Nur yang selalu memberi support.

10. Adik sepupu saya yang tercinta Nabila, Izmi, Nilna yang selalu memberi semangat dan dukungan moril untuk mengerjakan skripsi. Sahabat KKN Ninda, Zahra, Dita, Bunga, Nadia, juga sahabat UKM Lensa17 Fema, Alin, Mbak Tasya yang tidak lupa memberi semangat selalu.
11. Terima kasih juga untuk semua pihak yang memberi semangat selama ini, dan penulis tidak dapat menyebutkan satu per satu dan membantu secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tinjauan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Teori Advertising Exposure.....	11
2.2.2 Periklanan.....	12
2.2.3 Persepsi.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	14
2.4 Hipotesis.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Metode Penelitian.....	16

3.2	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	16
3.3	Populasi dan Sampel.....	16
3.3.1.	Populasi.....	16
3.3.2.	Sampel.....	17
3.4	Pengukuran Penelitian Dan Instrumen Penelitian.....	18
3.4.1	Pengukuran Penelitian.....	18
3.4.2	Instrumen Penelitian.....	18
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel.....	18
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.6	Variabel Penelitian.....	19
3.7	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	19
3.7.1	Definisi Konseptual.....	19
3.7.2	Definisi Operasional.....	20
3.8	Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis.....	21
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	21
3.8.2	Uji Validitas.....	22
3.8.3	Uji Reabilitas.....	22
3.8.4	Uji t (Parsial).....	23
3.8.5	Uji F (simultan).....	23
BAB IV	PENYAJIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1	Penyajian Data.....	24
4.1.1	Karakteristik Responden.....	25
4.2	Analisis Data.....	31
4.2.1	Analisis Regresi Liniar Berganda.....	31
4.2.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
4.2.3	Uji Hipotesis.....	34
4.3	Pembahasan Penelitian.....	38
BAB V	PENUTUP.....	43

5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Jurnal Terdahulu.....	9
Tabel 4. 1 Status Mahasiswa Responden.....	25
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	26
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	26
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden.....	27
Tabel 4. 5 Interval Rata-Rata Skor.....	28
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Frekuensi.....	29
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Variabel Intensitas.....	29
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Variabel Durasi.....	30
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Variabel Persepsi.....	30
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	31
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reabilitas.....	34
Tabel 4.13 Hasil Uji F Simultan.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Versi Fc Barcelona 2015 Lionel Messi.....	4
Gambar 2 Iklan <i>Head & Shoulders</i> Versi Lawan Polusi.....	4
Gambar 3 Iklan <i>Head & Shoulders</i> Versi Bermain Sepak Bola.....	4
Gambar 4 Iklan <i>Head & Shoulders</i> Versi Joe Taslim.....	5
Gambar 2.1 Proses Persepsi.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Kuisisioner Online Penelitian.....	47
Lampiran 2 Tampilan <i>Google form</i> Kuisisioner Skripsi.....	51
Lampiran 3 Data Penelitian (Skala Likert).....	54
Lampiran 4 Hasil Uji Spss.....	49
Lampiran 5 <i>Screenshot</i> Validasi Secara Online.....	59
Lampiran 6 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	60
Lampiran 7 Hasil Uji Turnitin.....	61
Lampiran 8 Surat Perintah Revisi.....	62