

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat ridho-Nya akhirnya penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini yang sekaligus merupakan syarat untuk di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area dengan memperoleh gelar sarjana.

Adapun judul skripsi ini adalah TAYANGAN IKLAN DAN MINAT BELI yang merupakan studi korelasional tentang hubungan antara penayangan iklan susu L-Men di Televisi dengan Minat Beli Pria di Kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan.

Alasan penulis memilih permasalahan seperti yang tersirat dalam judul karena secara tidak langsung periklanan merupakan salah satu spesialisasi dari disiplin Ilmu Komunikasi yang mengarah pada Komunikasi Massa dan Pemasaran. Bahkan belakangan ini dunia periklanan di Indonesia khususnya iklan televisi berkembang dengan sangat pesat seiring dengan munculnya televisi swasta di Indonesia.

Maka untuk mengantisipasi hal tersebut, penulis ingin memperluas wawasan yang berhubungan dengan disiplin Ilmu Komunikasi dan Periklanan. Penelitian pada skripsi ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara penayangan iklan dengan minat beli.

Sejalan dengan perencanaan hingga rampungnya skripsi ini, penulis menyadari banyak pihak yang telah berperan dalam memberi bantuan, dorongan, baik moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar - besarnya kepada semua pihak khususnya kepada :

1. Orang tua saya, yang selalu mencurahkan cinta, kasih sayang, perhatian dan dukungan dalam setiap kegiatan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah.
2. Bapak Drs. H.M. Husni Thamrin Nasution, M.Si, selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si , selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si dan Ibu Dra. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan, kritik dan motivasi serta pengertiannya untuk membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UMA, yang telah membekali penulis dengan pengetahuan yang sangat berharga.
6. Seluruh warga di Kelurahan Tanjung Rejo yang telah membantu dalam pengisian angket / kuesioner.

7. Istri dan Putri ku yang tersayang, yang selalu memberi semangat dan motivasi yang kuat untuk menyelesaikan skripsi ini secepatnya.
8. Seluruh keluarga besar saya (Kakak, Abang Ipar, Adik dan Fatih, yang selalu memberikan nasehat, dorongan, serta semangat untuk terus maju dalam menyelesaikan kuliah ini.
9. Buat teman - teman seangkatan ku terima kasih untuk setiap waktunya.

Kepada semua pihak tersebut di atas penulis hanya dapat berdoa semoga Allah SWT memberi balaan yang berlipat ganda sesuai dengan amal baktinya. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca, khususnya bagi penulis. Amin ...

Medan, Mei 2008

Penulis,

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAKSI</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	7
I.3 Pembatasan Masalah.....	7
I.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
I.5 Kerangka Pemikiran.....	9
I.6 Hipotesa .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
II.1 Pengertian Komunikasi dan Komunikasi Massa .....	21
II.2 Televisi .....	33
II.3 Iklan.....	40
II.4 Minat Beli .....	49
II.5 Teori AIDDA .....	51

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

III.1	Populasi dan Sampel .....	53
III.2	Teknik Pengumpulan Data .....	57
III.3	Kerangka Konsep .....	58
III.4	Model Teoritis .....	60
III.5	Operasional Variabel .....	61
III.6	Defenisi Operasional .....	61
III.7	Teknik Analisa Data .....	63

### **BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

IV.1	Deskripsi Lokasi Penelitian .....	66
IV.2	Deskripsi Produk Susu L-Men .....	68

### **BAB V ANALISA DAN INTERPRETASI DATA**

V.1	Analisa Tabel Tunggal .....	74
V.2	Analisa Tabel Silang .....	94
V.3	Pengujian Hipotesa .....	99
V.4	Analisa Data .....	103

### **BAB VI PENUTUP**

VI.1	Kesimpulan .....	105
VI.2	Saran.....	106

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Pengambilan Jumlah Sampel.....	56
Tabel 2	Operasional Variabel .....	61
Tabel 3	Komposisi Penduduk Kelurahan Tanjung Sari .....	68
Tabel 4	Usia Responden .....	75
Tabel 5	Pendidikan Responden .....	76
Tabel 6	Pekerjaan Responden .....	77
Tabel 7	Pernah menonton tayangan iklan susu L-Men .....	79
Tabel 8	Cara untuk mendapatkan informasi tentang iklan susu L-Men .....	80
Tabel 9	Waktu menonton televisi .....	81
Tabel 10	Hal-hal yang membuat menarik iklan susu L-Men .....	83
Tabel 11	Kejelasan isi pesan iklan susu L-Men .....	84
Tabel 12	Penggunaan slogan .....	85
Tabel 13	Waktu yang tepat untuk menayangkan iklan susu L-Men .....	86
Tabel 14	Repetisi/Pengulangan penayangan iklan susu L-Men di Televisi .....	87
Tabel 15	Kegemaran/suka berolahraga .....	88
Tabel 16	Tertarik untuk mengkonsumsi susu L-Men .....	89

Tabel 17	Percaya terhadap isi pesan yang disampaikan .....	90
Tabel 18	Percaya susu L-Men dapat memberikan tubuh yang ideal Tanpa harus berolahraga .....	91
Tabel 19	Harga susu L-Men terjangkau .....	92
Tabel 20	Minat mengkonsumsi susu L-Men .....	93
Tabel 21	Mencari informasi yang lebih tentang susu L-Men .....	94
Tabel 22	Hubungan kejelasan isi pesan yang disampaikan dengan Kepercayaan isi pesan yang disampaikan oleh iklan susu L-Men.....	95
Tabel 23	Hubungan slogan yang digunakan dengan kepercayaan Mengkonsumsi susu L-Men dapat memberikan tubuh Ideal tanpa harus berolahraga .....	96
Tabel 24	Hubungan Repetisi/Pengulangan penayangan iklan Dengan minat untuk mengkonsumsi susu L-Men .....	98