

**PENGARUH TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA X JEROME
POLIN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI
TOKOPEDIA PADA *FOLLOWERS* JEROME POLIN**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Stefanie Roselia Listya Nugraha
NRP. 1423018095

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA X JEROME
POLIN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI
TOKOPEDIA PADA *FOLLOWERS* JEROME POLIN**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Stefanie Roselia Listya Nugraha

NRP. 1423018095

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Stefanie Roselia Listya Nugraha

NRP : 1423018095

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**“PENGARUH TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA X JEROME POLIN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI TOKOPEDIA PADA
FOLLOWERS JEROME POLIN”**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela agar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 29 Mei 2023

Penulis,



Stefanie Roselia Listya Nugraha

NRP. 1423018095

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA X JEROME POLIN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI
TOKOPEDIA PADA *FOLLOWERS* JEROME POLIN**

Oleh:

Stefanie Roselia Listya Nugraha

NRP. 1423018095

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

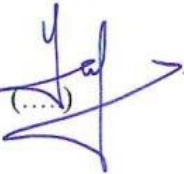
Pembimbing I : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607



Pembimbing II : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401



Surabaya, 29 Mei 2023

HALAMAN PENGESAHAN

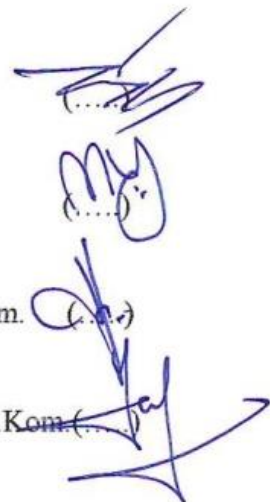
Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada: Kamis, tanggal 8 Juni 2023

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dewan,

Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607
3. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0725058704
4. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0719078401



**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Stefanie Roselia Listya Nugraha
NRP : 1423018095

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **“PENGARUH TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA X JEROME POLIN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI TOKOPEDIA PADA *FOLLOWERS* JEROME POLIN”**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Mei 2023

Yang menyatakan,



Stefanie Roselia Listya N.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Proses penulisan skripsi ini tentunya penuh dengan tantangan, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua, keluarga, sahabat, dan teman-teman yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membaca.

“Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya –

Pengkhotbah 3:11”

Surabaya, 29 Mei 2023

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas kasih setia dan berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik, mulai dari pencarian data, bimbingan hingga penyusunan skripsi. Penulis bersyukur dapat menyelesaikan sampai tahap akhir pengerjaan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia X Jerome Polin Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia Pada *Followers* Jerome Polin.” Skripsi ini disusun dan dibuat guna untuk memenuhi syarat yang ditentukan untuk dapat membuat tugas akhir.

Penulis menyadari skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan lancar tanpa adanya pihak-pihak yang memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Kepada Mama, Papa, Papi, dan Mami selaku orang tua penulis yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis. Terima kasih atas seluruh cinta dan kasih sayang serta doa yang tiada henti bagi penulis.
3. Ibu Maria Yuliastuti, S.Sos., M.Med.Kom. Terima kasih saya juga ucapkan atas segala arahan dan bimbingan yang telah diberikan agar tugas akhir ini dapat terlaksana dan selesai dengan baik.
4. Bapak Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. Terima kasih saya ucapkan karena telah membimbing dengan sabar dan juga memberikan motivasi agar penulis dapat segera menyelesaikan penelitian ini.
5. Teman-teman *followers* Jerome Polin yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penulis dan memberi dukungan pada penelitian ini.

6. Kepada teman-teman dekat penulis Vanessa, Gracelia, Anita, Stephanie, Ella, dan Prisca yang selalu memberikan dukungan dan mendengarkan keluhan penulis.
7. Seluruh dosen dan *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas pelajaran berharga dan ilmu yang telah diberikan.
8. Seluruh keluarga, sahabat, teman, dan seluruh orang yang tidak dapat peneliti ucapkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini. Maka peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran agar skripsi ini bisa lebih baik lagi dan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca. Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Batasan Masalah.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11

1.5.1 Manfaat Akademis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
1.5.3 Manfaat Sosial.....	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
II.1 Penelitian Terdahulu.....	13
II.2 Landasan Teori.....	16
II.2.1 Terpaan Iklan.....	16
II.2.2 Teori <i>Marketing Public Relation</i>	18
II.2.3 Teori Harold D. Lasswell.....	20
II.2.4 <i>E-Commerce</i>	20
II.2.5 Pengertian Pengambilan Keputusan.....	21
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	23
II.4 Kerangka Konseptual.....	25
II.5 Hipotesis.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN.....	27
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	27
III.2 Metode Penelitian.....	28
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	28
III.4 Definisi Konseptual.....	28
III.5 Definisi Operasional.....	29
III.6 Populasi dan Sampel.....	31

III.6.1 Populasi.....	31
III.6.2 Sampel.....	31
III.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	32
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	33
III.9.1 Teknik Validitas.....	33
III.9.2 Teknik Reliabilitas.....	34
III.10 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	36
IV.1.1 <i>Followers</i> Jerome Polin.....	36
IV.1.2 Profil Tokopedia.....	37
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
IV.2.1 Uji Validitas.....	38
IV.2.2 Uji Reliabilitas.....	40
IV.3 Hasil Penelitian.....	42
IV.3.1 Identitas Responden.....	42
IV.3.1.1 Pertanyaan Saringan.....	42
IV.3.1.2 Jenis Kelamin.....	43
IV.3.1.3 Pekerjaan.....	44
IV.3.1.4 Usia.....	45

IV.3.2 Deskripsi Variabel X (Terpaan Iklan).....	46
IV.3.2.1 Frekuensi.....	47
IV.3.2.2 Durasi.....	48
IV.3.2.3 Atensi.....	49
IV.3.3 Deskripsi Hasil Variabel Terpaan Iklan.....	51
IV.3.3.1 Interval Pengukuran Terpaan.....	51
IV.3.3.2 Deskripsi Hasil Interval Terpaan Iklan.....	52
IV.3.4 Deskripsi Variabel Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi).....	53
IV.3.4.1 Kognitif.....	54
IV.3.4.2 Afektif.....	55
IV.3.4.3 Konatif.....	57
IV.3.5 Deskripsi Hasil Variabel Keputusan Penggunaan Aplikasi.....	59
IV.3.5.1 Interval Pengukuran Keputusan Penggunaan.....	59
IV.3.5.2 Deskripsi Hasil Interval Keputusan Penggunaan Aplikasi.....	60
IV.3.6 Analisis Data.....	62
IV.3.6.1 Uji Normalitas.....	62
IV.3.6.2 Uji Linearitas.....	63
IV.3.6.3 Analisis Korelasi.....	64
IV.4 Pembahasan Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia Versi Jerome Polin terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi pada Followers Jerome Polin.....	66
BAB V. PENUTUP.....	69

V.1 Kesimpulan.....	69
V.2 Saran.....	70
V.2.1 Saran Akademis.....	70
V.2.2 Saran Praktis.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Terpaan Iklan.....	39
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Aplikasi.....	40
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Terpaan Iklan.....	41
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Keputusan Penggunaan Aplikasi...	41
Tabel 4.5 Pertanyaan Saringan.....	43
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.7 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.8 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.9 Deskripsi Terpaan Berdasarkan Frekuensi.....	47
Tabel 4.10 Deskripsi Terpaan Berdasarkan Durasi.....	48
Tabel 4.11 Deskripsi Terpaan Berdasarkan Atensi.....	50
Tabel 4.12 Deskripsi Mengenai Interval Kelas Terpaan.....	52
Tabel 4.13 Deskripsi Hasil Interval Variabel X.....	52
Tabel 4.14 Deskripsi Keputusan Penggunaan Aplikasi Berdasarkan Kognitif.....	54
Tabel 4.15 Deskripsi Keputusan Penggunaan Aplikasi Berdasarkan Afektif.....	56
Tabel 4.16 Deskripsi Keputusan Penggunaan Aplikasi Berdasarkan Konatif.....	58
Tabel 4.17 Deskripsi Mengenai Interval Kelas Keputusan Penggunaan.....	60
Tabel 4.18 Deskripsi Hasil Interval Variabel Y.....	60
Tabel 4.19 Tabel Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.20 Tabel Uji Linearitas.....	63
Tabel 4.21 Korelasi Terpaan Iklan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi.....	64
Tabel 4.22 Nilai R Square Variabel X Terhadap Variabel Y.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Media Sosial yang Sering Digunakan Tahun 2020.....	4
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet Melalui Kanal Tertentu.....	5
Gambar 1.3 Data 8 <i>E-Commerce</i> Dengan Pengunjung Bulanan Terbanyak.....	7
Gambar 1.4 Iklan Jerome Polin Sebagai <i>Brand Ambassador Tokopedia</i>	8
Gambar 2.1 Model Komunikasi Harold D. Lasswell.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	74
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	78
Lampiran 3 Uji Validitas Variabel Terpaan Iklan.....	80
Lampiran 4 Tabel Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Aplikasi.....	81
Lampiran 5 Tabel Reliabilitas Terpaan Iklan.....	83
Lampiran 6 Tabel Reliabilitas Keputusan Penggunaan Aplikasi.....	83
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	84
Lampiran 8 Hasil Uji Linearitas.....	84
Lampiran 9 Analisis Korelasi.....	85
Lampiran 10 Nilai R Square.....	85

ABSTRAK

Stefanie Roselia Listya Nugraha. NRP.1423018095. Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia X Jerome Polin Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia Pada Followers Jerome Polin.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang menyatakan bahwa ketika terpaan iklan dirancang dan dapat dikomunikasikan dengan baik pada konsumen, nantinya akan tercipta ketertarikan konsumen akan melakukan pembelian berulang terhadap suatu barang. Tokopedia merupakan salah satu e-commerce yang memiliki strategi tersendiri dalam menarik perhatian konsumennya. Tokopedia memilih Jerome Polin sebagai brand ambassador sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran untuk memperoleh perhatian konsumennya di tengah persaingan bisnis yang ketat. Terpaan iklan tersebut dikenalkan oleh Tokopedia melalui platform Youtube. Terpaan iklan terbagi menjadi tiga indikator yaitu frekuensi, durasi, dan atensi sedangkan keputusan penggunaan aplikasi terbagi menjadi tiga indikator juga yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dan pernyataan responden diukur dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan iklan terhadap keputusan penggunaan aplikasi pada followers Jerome Polin. Berdasarkan hasil perhitungan juga ditemukan bahwa terpaan iklan Tokopedia dapat diterima dengan baik dan keputusan penggunaan aplikasi pada followers Jerome Polin dinilai tinggi.

Kata kunci: terpaan iklan, keputusan penggunaan aplikasi, Tokopedia

ABSTRACT

Stefanie Roselia Listya Nugraha. NRP.1423018095. *The Influence of Tokopedia X Jerome Polin Ad Exposure to the Decision to Use the Tokopedia Application on Jerome Polin Followers.*

This study aims to test the theory which states that when advertising exposure is designed and can be communicated well to consumers, it will create consumer interest in repeat purchases of an item. Tokopedia is an e-commerce that has its own strategy to attract the attention of its consumers. Tokopedia chose Jerome Polin as its brand ambassador as one of its marketing communication strategies to get the attention of its consumers in the midst of intense business competition. Tokopedia introduced this ad exposure through the YouTube platform. Ad exposure is divided into three indicators, namely frequency, duration, and attention, while the decision to use the application is also divided into three indicators, namely cognitive, affective, and conative. This type of research is explanatory with a quantitative approach. The method used is the survey method and the statements of the respondents are measured by a Likert scale. The results of this study found that there was an influence between advertising exposure on the decision to use the application for Jerome Polin's followers. Based on the calculation results it was also found that Tokopedia's ad exposure was well received and the decision to use the application for Jerome Polin's followers was rated high.

Keywords: advertising exposure, application usage decision, Tokopedia