

**SKRIPSI**

**TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK A MILD PADA MASYARAKAT  
BANDAR LAMPUNG DALAM IKLAN A MILD EDISI “ULTRAMILD”**



Disusun Oleh :

Jeremy Wiliam

NRP 1423019061

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2023**

**SKRIPSI**

**TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK A MILD PADA MASYARAKAT  
BANDAR LAMPUNG DALAM IKLAN A MILD EDISI “ULTRAMILD”**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun oleh:

Jeremy Wiliam

NRP. 1423019061

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jeremy Wiliam

NRP : 1423019061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul :

TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK A MILD PADA MASYARAKAT  
BANDAR LAMPUNG DALAM IKLAN A MILD EDISI “ULTRAMILD”

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti di kemudian hari

terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya

bersedia menerima sanksisesuai dengan ketentuan yang berlaku,

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh

kesadaran

Surabaya, 23 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Jeremy Wiliam

NRP. 1423019061

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK A MILD PADA MASYARAKAT  
BANDAR LAMPUNG DALAM IKLAN A MILD EDISI “ULTRAMILD”**

Oleh:

Jeremy Wiliam

NRP. 1423019061

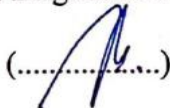
Skripsi ini telah disetujui dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan kepada tim penguji skripsi.

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

()

NIDN. 0719078401

Pembimbing II : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

()

NIDN. 0715108903

Surabaya, 23 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 :

Mengesahkan,  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Dekan,



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

### Dewan Penguji:

Ketua : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602



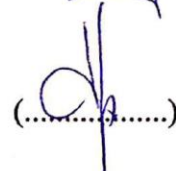
Sekretaris : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401



Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0723038704



Anggota : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903



## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN

### PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Nama : Jeremy Wiliam  
NRP : 1423019061  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tahun Lulus : 2023

Dengan ini SETUJU Skripsi saya dengan judul :

TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK A MILD PADA MASYARAKAT BANDAR LAMPUNG DALAM IKLAN A MILD EDISI "ULTRAMILD"

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Mei 2023



Jeremy Wiliam


## HALAMAN PERSEMBAHAN

*"Try not become man of success, but rather become a man of value"*

-Albert Einstein-

Tiada ungkapan lain selain ucapan syukur yang dapat penulis ungkapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat bimbingan serta Roh Kudus-Nya lah penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan sangat baik dan lancar. Selain dari kehendak-Nya, dukungan, nasihat, dan doa dari orang tua penulis juga turut menjadi motivasi sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu. Kesabaran dan kerja keras dari orang tua penulis akhirnya mampu membawa penulis sampai di tahap ini. Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tak lepas dari lingkungan sosial penulis. Peran teman serta sahabat menjadi sangat penting ketika penulis memasuki tahap akhir perkuliahan seperti penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh teman dan sahabat Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 23 Mei 2023

  
Jeremy Wilian

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena oleh bimbingan dan Roh Kudus-Nya lah penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK A MILD PADA MASYARAKAT BANDAR LAMPUNG DALAM IKLAN A MILD EDISI “ULTRAMILD”** dengan tepat waktu.

Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan membimbing penulis hingga pelaksanaan dan pembuatan Skripsi ini dapat berjalan dengan lancar:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat, dan bimbingan-Nya, penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
2. Kepada orang tua dan saudara yang paling penulis sayangi dan hormati, Papa Hendri Dermawan, Mama Go Lee Lian, Cece Elvina Vania, Juan Freddy. Terima kasih banyak atas doa, dukungan, bimbingan, serta semangat yang tak pernah henti diberikan kepada penulis ketika mengerjakan Skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom. dan Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. yang merupakan dosen pembimbing dari penulis. Terima kasih banyak atas ilmu, dukungan, dan bimbingan serta sarang-saran yang telah diberikan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan cepat dan tepat.



4. Seluruh dosen dan *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Vincentius Eka Bayu Saputro yang menjadi teman, sahabat sekaligus sesama pejuang Skripsi yang menjadi tempat keluh kesah penulis ketika sedang jenuh dan penat. Terima kasih banyak karena sudah meluangkan waktu ditengah kepadatan tugas kuliah. Terima kasih pula karena sudah menemani penulis dalam mencari buku serta referensi untuk mengerjakan Skripsi. Terima kasih pula karena sudah menjadi teman bermain penulis dikala penulis jenuh dan penat dalam pengerjaan Skripsi. Terima kasih pula atas saran, dukungan, dan semangat yang sudah diberikan pada penulis hingga dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu.
6. Bagas Raditya yang menjadi teman, sahabat sekaligus sesama pejuang Skripsi yang menjadi tempat cerita penulis saat penulis sedang jenuh dan penat. Terima kasih banyak karena sudah meluangkan waktu serta menemani penulis dalam mencari buku atau referensi lainnya agar Skripsi penulis dapat selesai dengan cepat. Terima kasih pula atas saran, dukungan, dan semangat yang sudah diberikan pada penulis hingga dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu.
7. Valorant: Jonathan Amadeo, Vincentius Eka, David Miracle, Jeaneva Ellya, Theodorus Novan, dan Michael Gabriel yang telah menjadi teman bermain penulis saat jenuh dan penat dalam mengerjakan Skripsi. Terima kasih banyak karena sudah menghibur penulis dengan mengajak bermain untuk menghilangkan stress saat pengerjaan Skripsi.

8. Terima kasih kepada Nelson Cavalero Marcell, Ian Widjaya, dan Hans Alexander yang sudah menemani penulis dalam bermain dan menghibur penulis dikala penulis jenuh saat mengerjakan Skripsi. Terima kasih karena sudah menjadi tempat berkumpul dan bercanda. Terima kasih pula atas dukungan yang diberikan agar penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu.
9. Keluarga Kementerian Kesenian dan Kebudayaan yang sudah menjadi tempat cerita dan menjadi keluarga kedua penulis.
10. Fikomers angkatan 2019 yang telah saling membantu dalam berbagi referensi untuk menyelesaikan Skripsi bersama-sama.
11. Seluruh rekan, teman, sahabat, dan kerabat yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran demi perbaikan dan penyempurnaan Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan khususnya pembaca pada umumnya. Terima kasih.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ...	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	7
I.3 Tujuan Penelitian .....	8
I.4 Batasan Penelitian .....	8
I.5 Manfaat Penelitian .....	8
I.5.1 Manfaat Akademis .....	8
I.5.2 Manfaat Praktis .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
II.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	10
II.2 Kerangka Teori .....	14
II.2.1 Model Komunikasi Harold Lasswell .....	14
II.2.2 Media Massa .....	15
II.2.3 Iklan .....	18
II.2.4 Tingkat Pengetahuan Produk .....	19
II.3 Nisbah Antar Konsep .....	22
II.4 Bagan Kerangka Konseptual .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	24
III.2 Metode Penelitian .....	24
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	25
III.4 Definisi Konseptual .....	25
III.5 Definisi Operasional .....	26
III.6 Populasi dan Sampel .....	28
III.6.1. Populasi .....	28
III.6.2. Sampel .....	28
III.7 Teknik Penarikan Sampel .....	29
III.8 Teknik Pengumpulan Data .....	30
III.9 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
III.9.1. Uji Validitas .....	31
III.9.2. Uji Reliabilitas .....	31
III.10 Teknik Analisis Data .....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian .....	35
IV.1.1 Masyarakat Bandar Lampung .....	35
IV.1.2 A Mild Edisi “Ultramild” .....	36
IV.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	37
IV.2.1 Uji Validitas .....	37
IV.2.2 Uji Reliabilitas .....	38
IV.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	40
IV.3.1 Temuan Data .....	40
IV.3.2 Identitas Responden .....	40
IV.3.3 Deskripsi Variabel (Tingkat Pengetahuan Produk) .....	44
IV.3.3.1 Produk Sebagai Kumpulan Atribut .....	44
IV.3.3.2 Produk Sebagai Pemuas Nilai .....	46
IV.3.4 Interval Pengukuran Tingkat Pengetahuan Produk .....	48
IV.3.5 Total Skala Interval Tingkat Pengetahuan Produk .....	50
IV.4 Analisis Data .....	51
IV.4.1. Tabulasi Silang .....	51
IV.4.1.1 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	51
IV.4.1.2 Tabulasi Silang Usia dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	52
IV.4.1.3 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	53
IV.4.1.4 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	54
IV.4.1.5 Tabulasi Silang Status Perokok dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	55
IV.5 Tingkat Pengetahuan Produk A Mild pada Masyarakat Bandar Lampung dalam Iklan A Mild Edisi “Ultramild” .....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	59
V.1 Kesimpulan .....	59
V.2 Saran .....	60
V.2.1 Saran Akademis .....	60
V.2.2 Saran Praktis .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	62

## DAFTAR TABEL

II.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	10
IV.1 Hasil Uji Validitas .....	38
IV.2 Uji Reliabilitas Tingkat Pengetahuan .....	39
IV.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
IV.4 Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	41
IV.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	42
IV.6 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
IV.7 Identitas Responden Berdasarkan Status Perokok .....	43
IV.8 Deskripsi Tingkat Pengetahuan Produk Berdasarkan Kumpulan Atribut ..	45
IV.9 Deskripsi Tingkat Pengetahuan Produk Berdasarkan Pemuas Nilai .....	47
IV.10 Penilaian Interval Kelas Tingkat Pengetahuan Produk .....	49
IV.11 Hasil Skalai Interval Variabel Tingkat Pengetahuan Produk .....	50
IV.12 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Tingkat Pengetahuan Produk ...	51
IV.13 Tabulasi Silang Usia Dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	52
IV.14 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir Dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	53
IV.15 Tabulasi Silang Pekerjaan Dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	54
IV.16 Tabulasi Silang Status Perokok Dengan Tingkat Pengetahuan Produk .	55

## **DAFTAR GAMBAR**

I.1 Iklan A Mild edisi “Ultramild” .....	4
II.1 Model Komunikasi Harold Lasswell .....	15
III.1 Populasi Kota Bandar Lampung .....	28
IV.1 Grafik Penjualan Terbesar .....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner .....	68
Lampiran 2: Tabel Coding .....	72
Lampiran 3: Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan Produk.....	77
Lampiran 4: Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Pengetahuan Produk .....	79
Lampiran 5: Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	79
Lampiran 6: Tabulasi Silang Usia dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	79
Lampiran 7: Tabulasi Silang Pendidikan Akhir dengan Tingkat Pengetahuan Produk.....	80
Lampiran 8: Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	80
Lampiran 9: Tabulasi Silang Status Perokok dengan Tingkat Pengetahuan Produk .....	80

## **ABSTRAK**

Jeremy Wiliam. 1423019061. *Tingkat Pengetahuan Produk Pada Masyarakat Bandar Lampung Dalam Iklan A Mild Edisi “Ultramild”*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengetahuan masyarakat Bandar Lampung melalui iklan A Mild edisi “Ultramild” mengenai tingginya tingkat perokok di Provinsi Lampung. Produk A Mild merupakan salah satu rokok yang produksi PT. H.M. Sampoerna. Pada 2022 lalu, A Mild menjadi produk dengan penjualan tertinggi dari produk lainnya. Penjualan tertinggi tersebut tentunya tidak luput dari promosi melalui iklan di televisi maupun media lainnya, sehingga konsumen atau masyarakat Bandar Lampung tentunya mendapatkan informasi mengenai produk A Mild. Tingkat pengetahuan produk dapat diukur melalui dua indikator, antara lain Produk sebagai Kumpulan Atribut dan Produk sebagai Pemuas Nilai. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah survei dengan teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner. Melalui hasil kuesioner, pernyataan responden akan diukur dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, serta tabulasi silang. Hasil pada penelitian ini menyatakan menyatakan bahwa pengetahuan produk A Mild pada masyarakat Bandar Lampung tergolong tinggi. hasil pada penelitian ini membuktikan bahwa indikator Produk sebagai Kumpulan Atribut dan Produk sebagai Pemuas Nilai termasuk tinggi, namun responden lebih memiliki pengetahuan yang baik pada kumpulan atribut mengenai produk A Mild.

Kata kunci: Tingkat Pengetahuan Produk, Bandar Lampung, A Mild



### **ABSTRACT**

*Jeremy Wiliam. 1423019061. Product Knowledge Level of A Mild in the People of Bandar Lampung in the Advertisement of A Mild "Ultramild" Edition.*

*This study aims to test the knowledge of the people of Bandar Lampung through the "Ultramild" edition of A Mild advertisement regarding the high rate of smokers in Lampung Province. A Mild product is one of the cigarettes produced by PT. H.M. Sampoerna. In 2022, A Mild became the product with the highest sales of other products. Of course, the highest sales were not spared from promotions through advertisements on television and other media, so that consumers or the people of Bandar Lampung certainly get information about A Mild's products. The level of product knowledge can be measured through two indicators, namely Products as a Collection of Attributes and Products as Value Satisfiers. The method used in this study was a survey with the data collection technique being a questionnaire. Through the results of the questionnaire, respondents' statements will be measured using a Likert scale. This research uses validity test, reliability test, and cross tabulation. The results of this study stated that knowledge of A Mild products in the Bandar Lampung community was high. The results of this study prove that the product indicators as a set of attributes and products as value satisfiers are high, but respondents have more good knowledge of the set of attributes regarding A Mild products.*

*Keywords: Product Knowledge Level, Bandar Lampung, A Mild*