

**SKRIPSI**

**LILIS ANDAYANI**

**ANALISIS EFEKTIVITAS TAYANGAN IKLAN PONSEL  
NOKIA DI TV DITINJAU DARI PEMIRSA  
DI SURABAYA**



No. INDUK	2361 / 01
TGL TERIMA	14-03-01
<del>PELAKU</del> HADI H	
No. BUKU	FE-m And ac-1
KOPI KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2000**

**ANALISIS EFEKTIVITAS TAYANGAN IKLAN PONSEL  
NOKIA DI TV DITINJAU DARI PEMIRSA  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

diajukan kepada  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

**LILIS ANDAYANI**  
**3103096287**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
JULI 2000**

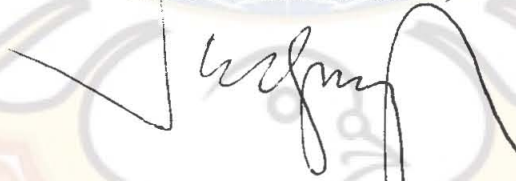
**SKRIPSI**

**ANALISIS EFEKTIVITAS TAYANGAN IKLAN PONSEL  
NOKIA DI TV DITINJAU DARI PEMIRSA  
DI SURABAYA**

OLEH  
**LILIS ANDAYANI**  
**3103096287**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

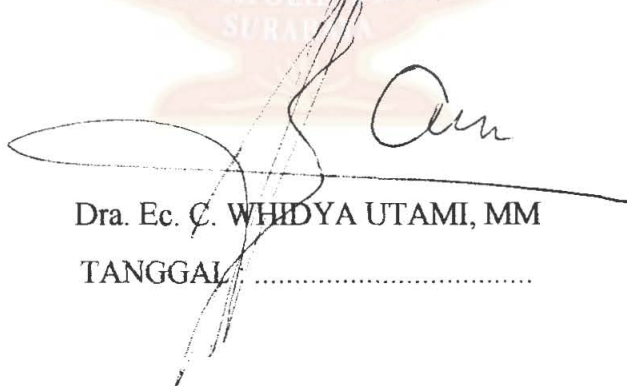
DOSEN PEMBIMBING,



Dr. SOEDJONO ABIPRAJA

TANGGAL: .....

KETUA JURUSAN,



Dra. Ec. C. WHIDYA UTAMI, MM

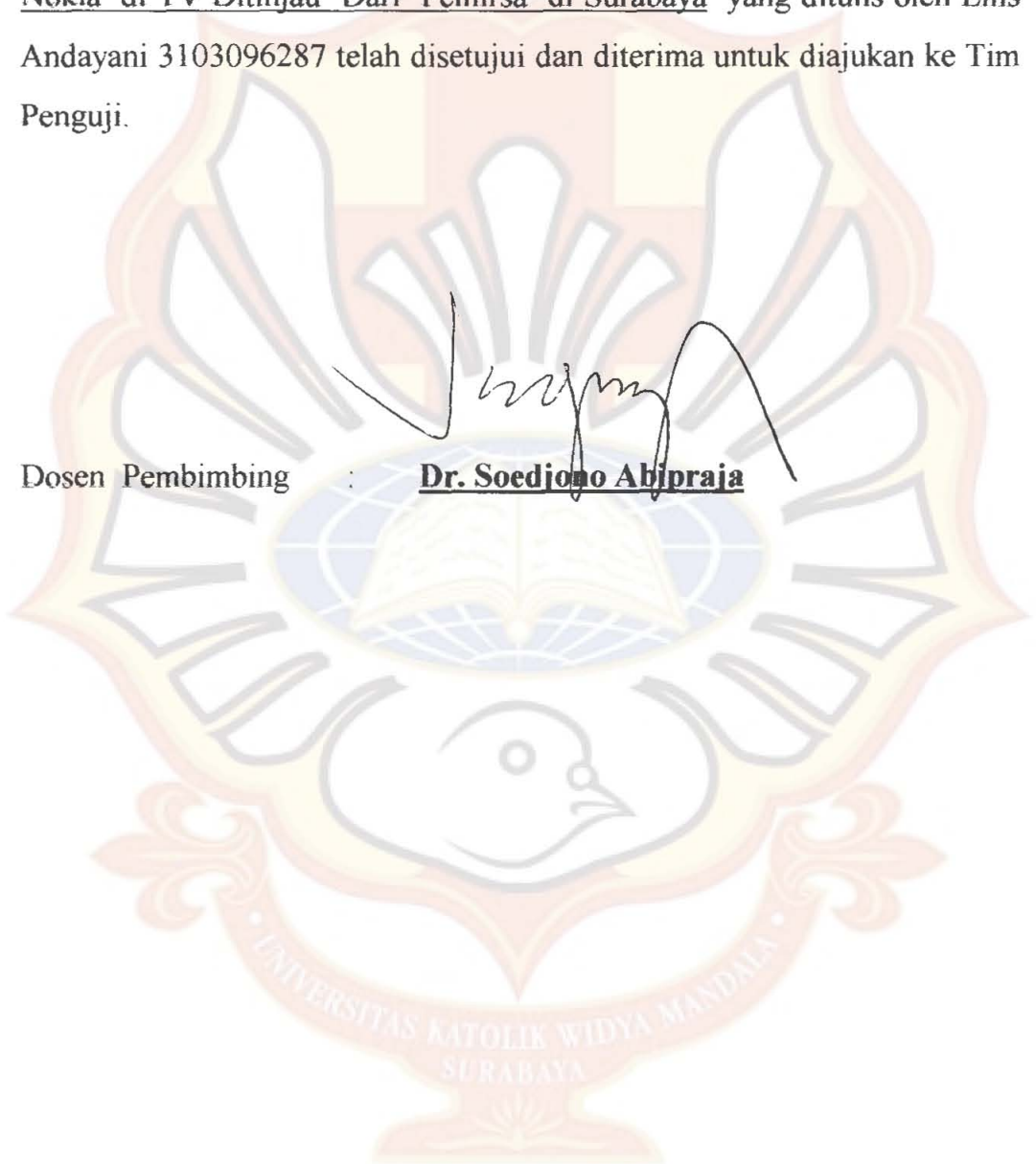
TANGGAL: .....

## LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Efektivitas Tayangan Iklan Ponsel Nokia di TV Ditinjau Dari Pemirsa di Surabaya yang ditulis oleh Lilis Andayani 3103096287 telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.

Dosen Pembimbing :

  
**Dr. Soediono Abipraja**



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Lilis Andayani NRP : 3103096287

Telah disetujui pada tanggal 7 Agustus 2000 dan dinyatakan LULUS oleh  
Ketua Tim Penguji:



Drs. Ec. Tri Harjono

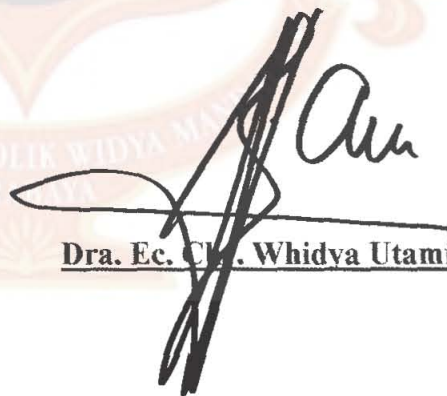
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Simon Harivanto, Ak



Dra. Ec. Ch. Whidya Utami, MM

## KATA PENGANTAR

Salau damai sejahtera, segala puji syukur hanya bagi Tuhan Yang Maha Kuasa atas hikmat dan anugerahNya yang telah dikaruniakan, sehingga penulisan skripsi ini bisa tersusun dan terselesaikan. Adapun maksud dan tujuan penulis menyusun skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan mencapai Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jawa Timur.

Banyak tantangan yang kadangkala sangat berat seringkali menghambat jalannya penyusunan skripsi ini, tetapi berkat bimbingan, petunjuk, serta dorongan berbagai pihak, semua tantangan itu terlampaui, sehingga akhirnya sampai juga pada tujuan akhir, yaitu selesainya skripsi ini.

Pada kesempatan ini, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. M. Sairozi, MM selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. Soedjono Abipraja selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.

4. Bapak Siprianus Salvator Sina, SE, MM selaku Dosen wali yang telah membimbing penulis selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Kepala perpustakaan Y. Sudaryono, SE, SS beserta staff perpustakaan dan pegawai tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak membantu selama proses penyusunan skripsi hingga selesainya skripsi ini.
7. Papa, Mama, dan Kakak tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan-rekan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang memberikan bantuan dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga dengan bantuan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapat berkat yang melimpah dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Akhir kata, semoga skripsi ini berguna bagi setiap pembacanya.

Penulis,

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKSI.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Periklanan.....	6
2.1.1.1. Pengertian Periklanan.....	6
2.1.1.2. Pentingnya Periklanan.....	8
2.1.1.3. Tujuan Periklanan.....	9
2.1.1.4. Karakteristik Periklanan.....	10
2.1.1.5. Media Periklanan.....	12
2.1.1.6. Periklanan Dengan Media Televisi.....	13



2.1.2. Komunikasi.....	18
2.1.2.1. Pengertian dan Proses Komunikasi.....	18
2.2. Hipotesis.....	23
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1. Desain Penelitian.....	24
3.2. Identifikasi Variabel.....	24
3.3. Definisi Operasional.....	25
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	27
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.6. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	28
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.8. Teknik Analisis Data.....	31
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	35
4.1.2. Ponsel.....	35
4.1.3. Jenis Produk.....	36
4.2. Deskripsi Data.....	37
4.2.1. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	37
4.2.2. Karakteristik Responden.....	39
4.2.3. Tayangan Iklan Ponsel Nokia.....	43
4.2.4. Efektivitas Komunikasi.....	45
4.4. Analisis Data.....	47
4.4.1. Analisis Mean dan Standar Deviasi.....	47

4.4.2. Analisis Korelasi Tayangan Iklan dengan Efektivitas Komunikasi.....	50
4.4.3. Pengujian Hipotesis.....	61
4.5. Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN.....	72
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 4.1. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR.....	38
TABEL 4.2. DISTRIBUSI UMUR RESPONDEN.....	40
TABEL 4.3. JENIS KELAMIN RESPONDEN.....	40
TABEL 4.4. DISTRIBUSI PENDIDIKAN RESPONDEN.....	41
TABEL 4.5. JENIS PEKERJAAN RESPONDEN.....	41
TABEL 4.6. PENGHASILAN RESPONDEN PER BULAN.....	42
TABEL 4.7. SKOR RATA-RATA TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP IKLAN PONSEL MERK NOKIA YANG DITAYANGKAN DI TELEVISI.....	44
TABEL 4.8. RATA-RATA SKOR EFEKTIVITAS KOMUNIKASI.....	46
TABEL 4.9. PERSIAPAN PERHITUNGAN STANDAR DEVIASI.....	48
TABEL 4.10. MEAN DAN STANDAR DEVIASI TAYANGAN IKLAN DAN EFEKTIVITAS KOMUNIKASI.....	50
TABEL 4.11. IKHTISAR HASIL PENGOLAHAN DATA.....	52
TABEL 4.12. IKHTISAR PENGUJIAN RANK <i>CORRELATION</i> TEST.....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1 MODEL PROSES KOMUNIKASI.....	20
GAMBAR 2.2 METODE PEROLEHAN UMPAN BALIK DALAM PROSES DECODING.....	21



## DAFTAR LAMPIRAN

1. KUESIONER
2. REKAPITULASI DATA TAYANGAN IKLAN BERDASARKAN ISIAN KUESIONER
3. REKAPITULASI DATA EFEKTIVITAS KOMUNIKASI
4. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PENGHITUNGAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR UNTUK ITEM PERNYATAAN TAYANGAN IKLAN DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 6.0
5. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PENGHITUNGAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR UNTUK ITEM PERNYATAAN EFEKTIVITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 6.0
6. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PENGHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI RANK SPEARMAN DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 6.0
7. DATA RATA-RATA TAYANGAN IKLAN DAN EFEKTIVITAS KOMUNIKASI YANG SUDAH DIRANKING
8. HARGA KRITIK DARI R PRODUCT MOMENT
9. TABEL Z