

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI *INDIHOME FIBER PT. TELEKOMUNIKASI*
INDONESIA, Tbk REGIONAL V JAWA TIMUR MELALUI IKLAN
DI MEDIA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Jeni Yogandini
NRP.1423012132

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI IKLAN *INDIHOME FIBER* PT. TELEKOMUNIKASI
INDONESIA, Tbk REGIONAL V JAWA TIMUR MELALUI IKLAN
DI MEDIA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Jeni Yogandini
NRP.1423012132

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

2016

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya:

Nama : Jeni Yogandini

NRP : 1423012132

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**“Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai
Indihome Fiber PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional V Jawa
Timur Melalui Iklan Di Media”**

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 gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 01 Juli 2016

Penulis



Jeni Yogandini

NRP. 1423012132

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI *INDIHOME FIBER* PT. TELEKOMUNIKASI
INDONESIA, Tbk REGIONAL V JAWA TIMUR MELALUI IKLAN
DI MEDIA**


Oleh:

Jeni Yogandini


NRP: 1423012132

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

Pembimbing I: Dra. Sri Moerdijati, M.S

(..........)

NIK. 142.LB.0852

Pembimbing II : Anastasia Y. W, S. Sos., M. Med. Kom (..........)

NIK. 142.09.0634

Surabaya, 01 Juli 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima dengan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : Jum'at, 17 Juni 2016

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dekan,



Yuli Nugraheni. S.Sos., M.Si

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIK. 142.09.0645
2. Sekretaris: Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIK. 142.09.0634
3. Anggota : Dra. Sri Moerdijati, MS. (.....)
NIK. 142.LB.0852
4. Anggota : Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIK. 142.09.0633

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama :Jeni Yogandini
NRP :1423012132

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI INDIHOME FIBER PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk REGIONAL V JAWA TIMUR MELALUI IKLAN DI MEDIA**

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, 01 Juli 2016



Jeni Yogandini

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tidak ada kata yang pantas untuk diucapkan selain mengucapkan puji syukur pada Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selain kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT, peran orang tua yang selalu mendukung, mendoakan dan menyemangati penulis untuk dapat segera menyelesaikan skripsi ini.

Sebuah perjuangan adalah pengalaman berharga yang dapat menjadikan kita manusia yang berkualitas. Perjuangan pun tidak lengkap rasanya tanpa sebuah doa yang kita panjatkan pada Allah SWT. Tidak hanya itu, bantuan dari teman-teman dan bimbingan yang tak kenal lelah dari dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya juga yang membuat penulis selalu bersemangat dan terus bersyukur atas segala bantuannya.

Melalui proses inilah penulis akan tumbuh menjadi manusia yang selalu berusaha dalam mewujudkan mimpi-mimpi yang ada. Karena dengan berproseslah kita mampu menjadi sosok yang menghargai tantangan dimasa depan dengan penuh semangat dan tetap menghasilkan sesuatu hal yang dapat bermanfaat bagi orang-orang disekeliling kita. Terima kasih pada seluruh teman dan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 03 Juni 2016

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena atas rahmat, karunia, serta taufik dan dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI *INDIHOME FIBER* PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk REGIONAL V JAWA TIMUR MELALUI IKLAN DI MEDIA. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan skripsi ini berisikan mengenai penelitian tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya akan *Indihome Fiber* melalui iklan di media dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dan menggunakan metode survei. Iklan digunakan sebagai sarana penyampaian pesan oleh PT. Telkom pada masyarakat Surabaya untuk memunculkan pengetahuan mengenai merek *Indihome Fiber* dari pesan iklan di media *above the line* dan *below the line*.

Selain itu, tentunya dalam mengerjakan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah berkenan memberikan bimbingan, waktu dan dukungannya. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orangtua yang paling saya sayangi, Bapak Ramanta Lubis, S.E. dan Ibu Gemi Rita, terima kasih banyak telah mendidik, mendoakan, dan menyemangati penulis agar dapat segera menyelesaikan skripsi ini.

3. Dra. Sri Moerdijati, MS dan Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M. Med. Kom yang merupakan dosen pembimbing serta Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom dan Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom yang merupakan dosen penguji, yang selalu memberikan waktu, ilmu, masukan dan semangat terus menerus agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Kepada Tim *Public Relations Officer 2 Communication* PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Jawa Timur Suramadu Ivone Andayani, Muhammad Sholichin Lazuardi, Kukuh Wicaksono dan Slamet Tri Wahyudi S.Sos yang telah sangat setia membimbing dan membantu memberikan data sehingga skripsi ini tersusun dengan baik.
7. Selain itu kepada teman-teman seperjuangan Yuliana, Damara Clara, Nindya Prasasti, Angela Fabrianne, Debby Utomo, Maya Dewanti, Reny, Lidya, Sherly, Jessika, Ichsan, Aditya, Iwan, Rizal, Nando dan seluruh teman-teman FIKOM Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga segala bantuan yang telah diberikan pada penulis, mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu demi kesempurnaan penelitian ini penulis mengharapkan kritik dan saran

yang sifatnya membangun dan menambah wawasan bagi penulis.
Terima kasih.

Surabaya,
Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	ii
HALAMAN SAMPUL DALAM	iii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Batasan Masalah	7
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.5.1 Manfaat Teoritis	7
I.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 Kerangka Teori	8

II.1.1 Proses Komunikasi	8
II.1.2 Tingkat Pengetahuan sebagai Salah Satu Efek Komunikasi	10
II.1.3 Definisi dan Pembagian Iklan	14
II.1.3.1 Definisi Iklan	14
II.1.3.2 Pembagian Iklan	15
II.1.3.3 Kelebihan dan Kelemahan Media ATL dan BTL	16
II.1.4 Definisi dan Elemen Merek	20
II.1.4.1 Definisi Merek	20
II.1.4.2 Elemen Merek	21
II.2 Nisbah Antar Konsep	24
II.3 Bagan Kerangka Konseptual	26
BAB III. METODE PENELITIAN	27
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
III.2 Metode	27
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	27
III.4 Definisi Konseptual	28
III.5 Definisi Operasional	28
III.6 Populasi dan Sampel	31
III.6.1 Populasi	31
III.6.2 Sampel	32
III.6.3 Unit Analisis	33
III.7 Teknik Penarikan Sampel	33
III.8 Teknik Pengumpulan Data	37
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	37
III.9.1 Uji Validitas	37
III.9.2 Uji Reliabilitas	39
III.10 Teknik Analisis Data	40

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	43
IV.1.1 Profil PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	49
IV.1.2 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	50
IV.1.3 Struktur <i>Corporate</i> Divre V Jatim	53
IV.1.4 Deskripsi Indihome Fiber	55
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
IV.2.1 Uji Validitas	57
IV.2.2 Uji Reliabilitas	59
IV.3 Hasil Penelitian	60
IV.3.1 Temuan Data dan Pembahasan	60
IV.3.2 Deskripsi Karakteristik Responden	60
IV.3.2.1 Karakteristik Berdasarkan Umur	61
IV.3.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	62
IV.3.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	63
IV.3.3 Deskripsi Terpaan Iklan	64
IV.3.3.1 Melihat Iklan Melalui Media	65
IV.3.3.2 Frekuensi Melihat Iklan	69
IV.3.4 Deskripsi Pengetahuan Responden	71
IV.3.4.1 Pengetahuan Mengenai Produk	71
IV.3.4.2 Pengetahuan Mengenai Pembelian	75
IV.3.4.3 Pengetahuan Mengenai Pemakaian	77
IV.4 Pembahasan	78
IV.4.1 Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai <i>Indihome</i> <i>Fiber</i> PT. Telkom Melalui Iklan di Media	79
IV.4.2 Tabulasi Silang Antara Identitas Diri dengan Indikator Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Indihome Fiber</i> PT. Telkom Melalui Iklan	

di Media	81
IV.4.2.1 Tabulasi Silang Antara Umur dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Indihome Fiber</i> PT. Telkom Melalui Iklan di Media	81
IV.4.2.2 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Indihome Fiber</i> PT. Telkom Melalui Iklan di Media	83
IV.4.2.3 Tabulasi Silang Antara Pekerjaan dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Indihome Fiber</i> PT. Telkom Melalui Iklan di Media	85
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	88
V.1 Kesimpulan	88
V.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	8
Tabel III.1	31
Tabel III.2	34
Tabel III.3	36
Tabel IV.1	58
Tabel IV.2	59
Tabel IV.3	61
Tabel IV.4	62
Tabel IV.5	63
Tabel IV.6	65
Tabel IV.7	66
Tabel IV.8	68
Tabel IV.9	70
Tabel IV.10	71
Tabel IV.11	75
Tabel IV.12	77
Tabel IV.13	79
Tabel IV.14	79
Tabel IV.15	80
Tabel IV.16	82
Tabel IV.17	83
Tabel IV.18	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1	44
Gambar IV.2	45
Gambar IV.3	46
Gambar IV.4	47
Gambar IV.5	47
Gambar IV.6	48
Gambar IV.7	49
Gambar IV.8	50
Gambar IV.9	56
Gambar IV.10	84

DAFTAR BAGAN

Bagan IV.1	53
Bagan IV.2	55

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	94
KUESIONER	94
LAMPIRAN 2	98
Iklan Indihome Fiber Di Media Surat Kabar	98
Iklan Indihome Fier Di Media Facebook	99
Iklan Indihome Fiber Di Media Twitter	100
Iklan Indihome Fiber Di Media Website	101
Iklan Indihome Fiber Di Media Billboard	102
Iklan Indihome Fiber Di Media Flyer	103
Iklan Indihome Fiber Di Media Banner	105
LAMPIRAN 3	106
Hasil Koding dari 400 Responden	106
LAMPIRAN 4	114
Hasil SPSS	114
LAMPIRAN 5	129
Tabel R Statistika	129

ABSTRAK

Jeni Yogandini. NRP 1423012132. TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI *INDIHOME FIBER* PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk DIVRE V JAWA TIMUR MELALUI IKLAN DI MEDIA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *Indihome Fiber* PT. Telkom melalui iklan di media.

Indihome Fiber adalah produk milik PT. Telkom yang dikembangkan menggunakan jaringan *broadband* dengan berbagai layanan atau aplikasi disediakan secara terpadu, terdiri dari akses internet, telepon rumah dan layanan TV kabel.

Penelitian ini mengukur tinggi rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *Indihome Fiber* PT. Telkom melalui iklan di media *above the line* (surat kabar, facebook, twitter, website, billboard) dan *below the line* (flyer, banner) dengan menggunakan tiga indikator yakni pengetahuan produk, pembelian dan pemakaian.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Penelitian ini menjelaskan tentang proses komunikasi yang menghasilkan efek kognitif (pengetahuan) sebagai hasil dari proses komunikasi menurut teori dari Harold Laswell.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai iklan *Indihome Fiber* PT. Telkom di media cenderung tinggi, namun tidak terlalu ekstrim.

Kata kunci: Tingkat Pengetahuan, Iklan, Media *Above* dan *Below The line*

ABSTRACT

Jeni Yogandini. NRP 1423012132. LEVEL OF KNOWLEDGE SOCIETY OF INDIHOME SURABAYA FIBER PT. TELECOMMUNICATION INDONESIA, Tbk DIVRE V IN EAST JAVA THROUGH THE ADVERTISING IN MEDIA.

This study to determine the level of public knowledge about of Indihome Surabaya Fiber PT. Telkom through the advertising in media.

Indihome Fiber is a product owned by PT. Telkom, which was developed using a broadband network with a wide range of services or applications are provided in an integrated manner, consisting of internet access, home phone and cable TV service.

This study measures to know high and low level of public knowledge about of Indihome Fiber Surabaya Fiber PT. Telkom through in above the line media (newspapers, facebook, twitter, websites, billboards) and below the line (flyer, banner) using three indicators, namely knowledge of products, purchase and consumption.

Researchers used descriptive quantitative approach with survey method. This study describes the communication process that produces the effect of cognitive (knowledge) as a result of a communication process according to the theory of Harold Laswell.

Results from this study showed that the level of public knowledge about the ad Indihome Surabaya Fiber PT. Telkom in the media tends to be high, but not too extreme.

Keywords: Knowledge Level, Advertising, Media Above and Below the line