

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “PENGARUH IKLAN INDOMIE GORENG CABE IJO DI STASIUN TELEVISI RCTI TERHADAP WARGA KOMPLEK PERUMAHAN VILA GADING INDAH” ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan Tugas Akhir di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, yaitu kepada :

1. Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dr. phil. Deborah Nauli Simorangkir, B.A, M.S., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Pembimbing Akademik dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Drs. L.Y. Joko Suratmo, M.S., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan memberikan masukan kepada Penulis dalam pembuatan Tugas Akhir.
4. Semua dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan Staf Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan atas semua bantuan yang telah diberikan kepada Penulis.

5. Papa, Mama, dan Adik yang selalu memberikan dukungan moril, doa, dan kasih sayang.
6. Wilson Picaldy yang selalu memberikan dukungan penuh, membantu, dan memberikan perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
7. Teman-teman UPH; Monita Siswanto Wahid, Erlin Sukmawati, Sandra Sari, Sherly Lauw yang selalu memberikan dukungan penuh kepada Penulis.
8. Teman-teman dekat dari SMA Jubilee; Theodora Natasha Nerissa, Theresa Pramestry, Orchenia, Saffana yang selalu mendukung, membantu, dan memberikan perhatian kepada Penulis.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci, 20 Juni 2013

Lenny

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Masalah	5
1.5. Kegunaan Penelitian	5
1.6. Sistematis Penulisan	6
BAB II. OBJEK PENELITIAN	
2.1. Sejarah Singkat Indomie	8
2.2. Jenis-jenis Indomie	9
2.3. Iklan Indomie Goreng Cabe Ijo di Media Televisi	10
2.4. Karakteristik Warga Komplek Perumahan Vila Gading Indah	18
BAB III. TINJAUAN PUSTAKA	
3.1. Komunikasi	19
3.1.1. Definisi Komunikasi	19
3.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi	20

3.2. Integrated Marketing Communication (IMC)	21
3.2.1. Definisi IMC	21
3.2.2. Bauran Pemasaran	22
3.2.3. Bauran Komunikasi Pemasaran	23
3.3. Iklan	24
3.3.1. Definisi Iklan	24
3.3.2. Tujuan Iklan	25
3.3.3. Jenis-jenis Media Utama	26
3.4. Karakteristik Konsumen Indonesia	28
3.5. Model AIDA	28
3.6. Teori Komunikasi	32
3.7. Kerangka Pemikiran	34

BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Metode Penelitian	35
4.2. Populasi	36
4.3. Sampling	36
4.4. Jenis Sumber Data	37
4.5. Metode Pengumpulan Data	38
4.6. Validitas	38
4.7. Reliabilitas	39
4.8. Metode Analisis Data	41

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian	42
5.1.1. Data Responden	42
5.1.1.1. Usia Responden	43
5.1.1.2. Jenis Kelamin	43
5.1.1.3. Jenis Pekerjaan	44
5.1.2. Hasil Penelitian dari Pengaruh Iklan Indomie Goreng Cabe Ijo di Televisi mengenai AIDA	45
5.1.2.1. Variabel <i>Attention</i>	45
5.1.2.2. Variabel <i>Interest</i>	45
5.1.2.3. Variabel <i>Desire</i>	46
5.1.2.4. Variabel <i>Action</i>	46
5.1.2.5. Variabel Keseluruhan	47
5.2. Pembahasan	48
5.2.1. <i>Attention</i>	48
5.2.2. <i>Interest</i>	49
5.2.3. <i>Desire</i>	50
5.2.4. <i>Action</i>	51
5.2.5. Variabel Hasil Keseluruhan	52
5.2.6. Hubungan Model AIDA dengan Teori Komunikasi	52

BAB VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan 54
6.2. Keterbatasan Penelitian 54
6.3. Saran 55

DAFTAR PUSTAKA 57

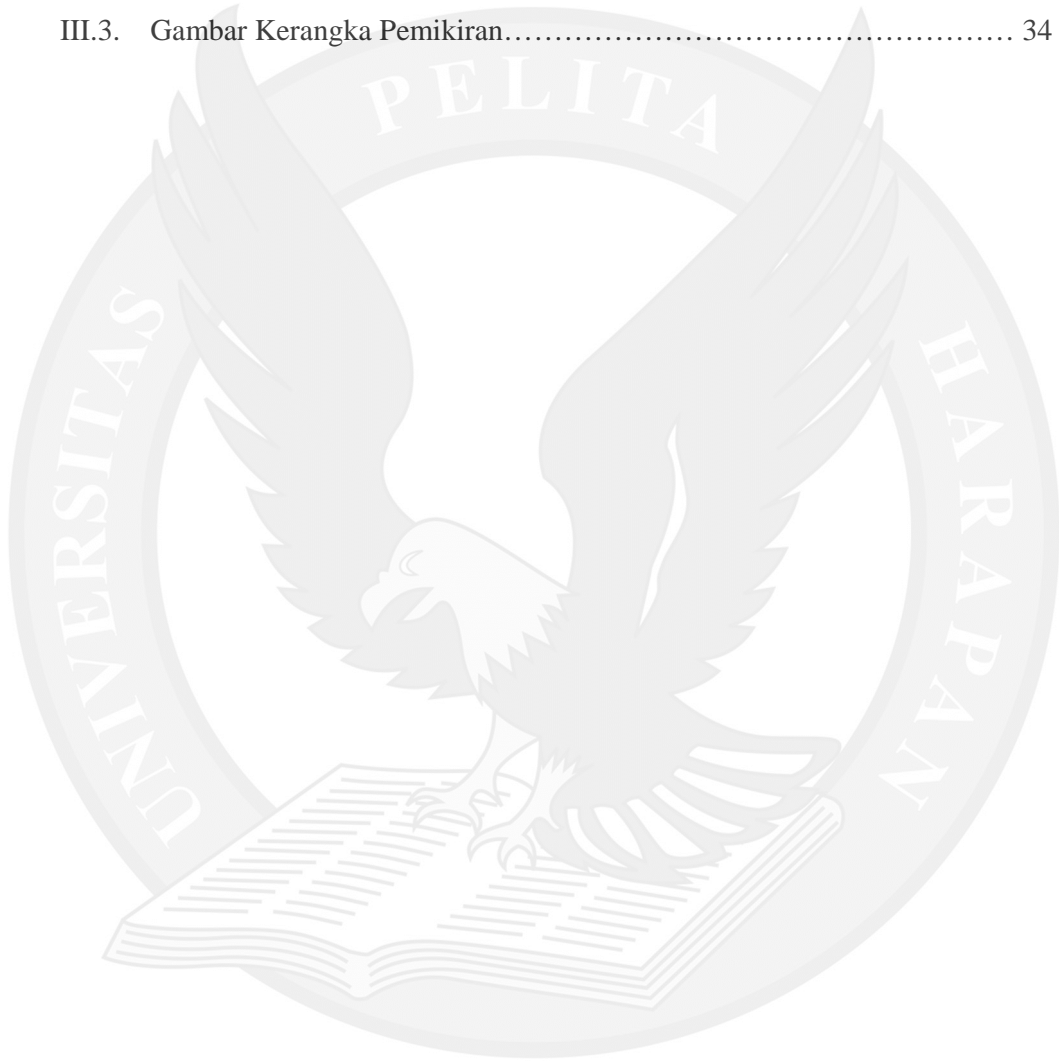
LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE



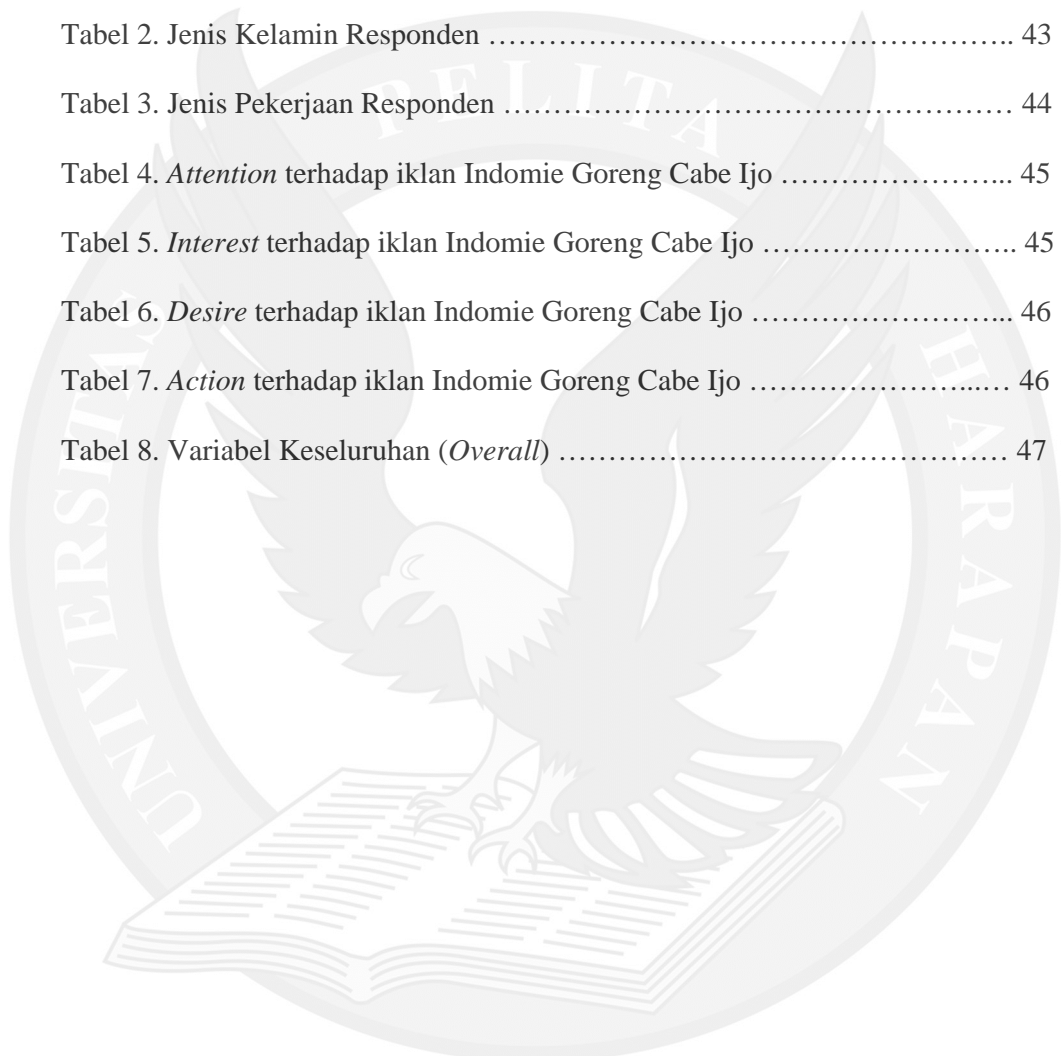
DAFTAR GAMBAR

III.1.	Gambar Model Komunikasi Laswell.....	20
III.2.	Gambar Hierarchy of Effects Model (AIDA).....	29
III.3.	Gambar Kerangka Pemikiran.....	34



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Tabel Uji Validitas dan Reabilitas	40
Tabel 1. Usia Responden	43
Tabel 2. Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 3. Jenis Pekerjaan Responden	44
Tabel 4. <i>Attention</i> terhadap iklan Indomie Goreng Cabe Ijo	45
Tabel 5. <i>Interest</i> terhadap iklan Indomie Goreng Cabe Ijo	45
Tabel 6. <i>Desire</i> terhadap iklan Indomie Goreng Cabe Ijo	46
Tabel 7. <i>Action</i> terhadap iklan Indomie Goreng Cabe Ijo	46
Tabel 8. Variabel Keseluruhan (<i>Overall</i>)	47



LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan A-1

LAMPIRAN B

Kuesioner B-1

Tabel Tabulasi B-5

