



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH TERPAAN IKLAN *ONLINE POP MIE*  
“PEDESNYA HIDUP JAMAN NOW” TERHADAP  
*BRAND JUDGEMENT POP MIE***

(Survey Khalayak pada Mahasiswa Aktif  
Fakultas Ilmu Komunikasi di Tangerang Selatan)

**SKRIPSI**



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Priska Olivia Aprijadi**

**14140110084**

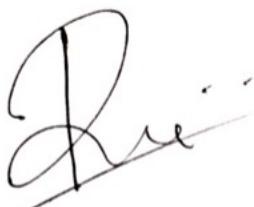
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2018**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

• Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Agustus 2018



Priska Olivia Aprijadi

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh Terpaan Iklan *Online Pop Mie* ‘Pedesnya Hidup Jaman Now’  
Terhadap *Brand Judgement Pop Mie* (Survey Khalayak pada Mahasiswa Aktif  
Fakultas Ilmu Komunikasi di Tangerang Selatan) ”

oleh

Priska Olivia Aprijadi

telah diujikan pada hari Senin, 30 Juli 2018  
pukul 16.00 s.d. 17.30 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A.

Penguji Ahli

Dr. Mohammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

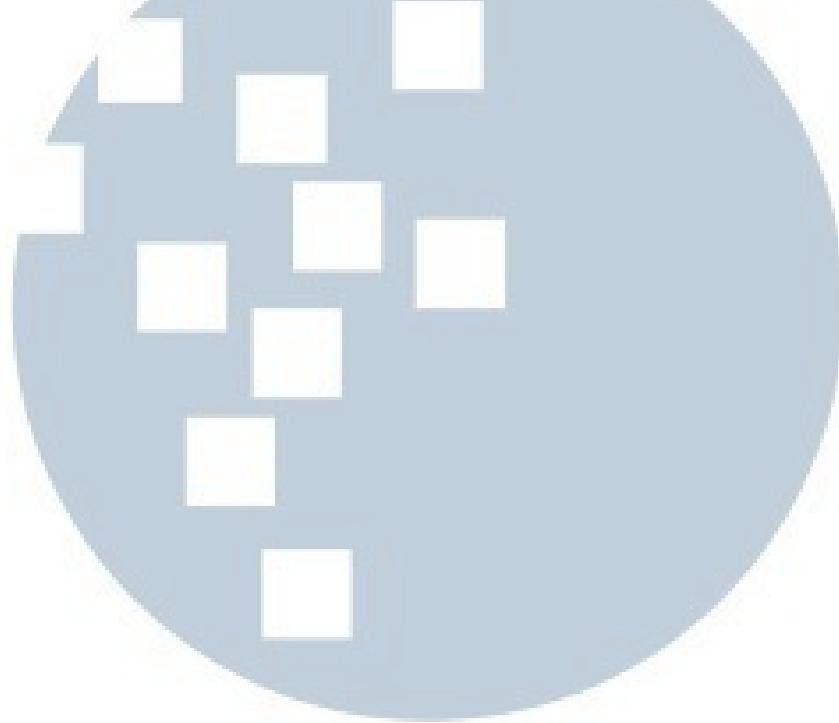
Dosen Pembimbing

Dr. Indriwan Seto Wahjuwibowo, M.Si.

Disahkan oleh  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*“To everyone who have always been there since*

*day one until the day I'd say ‘I made it!’.*

*Thank you for being a part of this journey.”*

**For with God, nothing shall be impossible**

**Luke 1 : 37**

## KATA PENGANTAR

*Independency is not solitude.* Setidaknya hal itu yang banyak ku pelajari dalam perjalanan penyusunan skripsi ini. Tidak gampang memang harus melakukan semua hal sendiri, berjuang sendiri, berpikir sendiri, lepas dari ketergantungan dengan teman, lepas dari tanggung jawab bersama. Namun tidak berarti harus sendiri, melainkan belajar untuk mandiri. Meskipun kami berjalan dengan tujuan masing-masing, namun tetap saling membantu. Membantu untuk dibantu. Membantu untuk tidak merasa sendiri, karena kita memang tidak pernah sendiri. Untuk itu, puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis juga turut berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung selama pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini, kepada :

1. Orang tua dan adik yang selalu mendampingi, mendoakan, dan memberikan dukungan sejak hari pertama menginjakkan kaki sebagai mahasiswa UMN sampai pada hari melangkahkan kaki keluar sebagai S.I.Kom.
2. Dr. Indiwan Seto Wahjuwibowo, M.Si. selaku dosen pembimbing baik magang maupun skripsi, yang selalu ceria dan sedang merintis karir sebagai *influencer* di *Instagram*.

3. Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A. selaku ketua sidang dan Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si. selaku penguji ahli. Terima kasih atas kritik dan saran yang membangun dalam menjadikan penelitian ini semakin baik.
4. Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si. serta dosen-dosen fakultas Ilmu Komunikasi lainnya yang telah membantu perjalanan peneliti selama 4 tahun menuntut ilmu di UMN.
5. Andika, *the one who always put up with my mess and put a smile on my face. Thank you for being a part of my uni life!*
6. Nathania Clairine, *my other ear* yang selalu mau nemenin skripsi, *the kind of person I can always count on and call when I needed.*
7. De'Chilly, teman se-permainan selama 4 tahun di kampus dan 3 tahun di SMA : Peper teman diskusi per-kuanti-an ku, Caca teman diskusi tentang hidup ku, Njo teman ketawa ketiwi soal hal ga penting + *my future bride*.
8. Teman-teman bimbingan Pak Indiwan yang selalu eksis menghiasi Instagram beliau. Semangat untuk #2018Bertoga!
9. Ciwik-ciwik pejuang skripsi yang selalu saling menemani skripsi : Nungky atas semua keahlianmu dalam hal teknis sehingga skripsiku makin caem dan rapih, Debot yang selalu marah-marah tapi gemes jadi tetep ku-luv.
10. *Other member of Tim Hitam RA*, yang masih belum bisa *move on* sejak 2016, *but I'm thankful for the opportunity to know you sister* : Asa, teman

diskusi soal semua hal yang lucu; dan Gaby, teman ku yang paling *aesthetic* dan super *indie*.

11. Babibubebo, yang masih betah menghadapi ku dan semua tingkah ku sejak SMP sampai sekarang, *I love you sister!* : Icha, Dea, Kaem, Sandra.
12. *Other member of UMN Radio 2014*, pengisi hari-hari selama 4 tahun ini, susah seneng, dari jaman masih cupu-cupu sampe sekarang masih cupu juga sih. *No kidding, you guys are the awesome-st people I've ever known!*  
*May our friendship last* sampe pada gendong cucu.
13. Alif, yang mau digangguin terus siang malem buat di tanyain soal perkuanti-an, yang sudah dengan sabar ngajarin SPSS sampe akhirnya skripsi ini selesai juga. Sukses terus lip!
14. Rey, yang selalu mau ditelfon di sela-sela kerjaannya buat di tanyain soal perkuanti-an juga. Tempat curhat unek-unek soal balada skripsi. Sukses terus juga rey!
15. UMN Radio *Fam Bam*, yang sudah membantu penyebaran kuesioner skripsi ini.
16. Teman-teman *Public Relations 2014* yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini : semua yang pernah ku *chat* atau pun tanyain soal serba serbi skripsi.
17. Dan kepada teman-teman serta pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas segala bantuan dan dukungannya selama ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembaca, universitas, serta pihak lainnya. Tentunya penulis juga menyadari akan adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Tangerang, 13 Agustus 2018

Priska Olivia Aprijadi



# PENGARUH TERPAAN IKLAN *ONLINE POP MIE* “*PEDESNYA HIDUP JAMAN NOW*” TERHADAP *BRAND JUDGEMENT POP MIE*

## ABSTRAK

Oleh : Priska Olivia Aprijadi

Perkembangan teknologi menuntut perusahaan untuk terus berinovasi, tidak hanya dalam hal produk melainkan juga inovasi dalam hal strategi komunikasi. Iklan *online Pop Mie* “Pedesnya Hidup Jaman Now” menjadi salah satu bentuk inovasi yang muncul di ranah periklanan. Tidak hanya menggunakan konsep yang unik, iklan ini juga menjadikan *platform online* sebagai *platform* utama penayangan iklan tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat pengaruh antara terpaan iklan *online Pop Mie* “Pedesnya Hidup Jaman Now” terhadap *brand judgement Pop Mie*. Beberapa teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Advertising*, Terpaan Iklan, *Customer Based Brand Equity*, *Brand Judgement*, dan Teori SOR. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Survey ditujukan kepada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi di Tangerang Selatan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan iklan *online Pop Mie* “Pedesnya Hidup Jaman Now” terhadap *brand judgement Pop Mie*. Pengaruh yang ada cukup besar dan memiliki hubungan korelasi positif yang kuat.

Kata Kunci : Iklan *Online*, *Brand Judgement*, *Pop Mie*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# ***THE EFFECTS OF POP MIE ONLINE ADVERTISING EXPOSURE “PEDESNYA HIDUP JAMAN NOW” ON POP MIE BRAND JUDGEMENT***

## ***ABSTRACT***

*Oleh : Priska Olivia Aprijadi*

*The growth of technology forces company to innovate, not only in terms of products but also innovation in terms of communication strategy used. Pop Mie online advertising “Pedesnya Hidup Jaman Now” become one of the innovation that appeared on advertising industry. Other than unique concept, this advertising uses online platform as the main platform for the airing.*

*On this thesis, researcher want to see the effects of Pop Mie online advertising exposure “Pedesnya Hidup Jaman Now” on Pop Mie brand judgement. Some of the theories and concepts used in this thesis are Advertising, Advertising Exposure, Customer Based Brand Equity, Brand Judgement, and SOR theory. This thesis uses quantitative approaches and survey method. The survey is directed to active college student of Communication Study in South Tangerang.*

*The result of this thesis show that there is an effect between Pop Mie online advertising exposure “Pedesnya Hidup Jaman Now” on Pop Mie brand judgement. The effects categorized as pretty high and both variables show to have a strong and positive correlation.*

*Keywords : Online Advertising, Brand Judgement, Pop Mie*

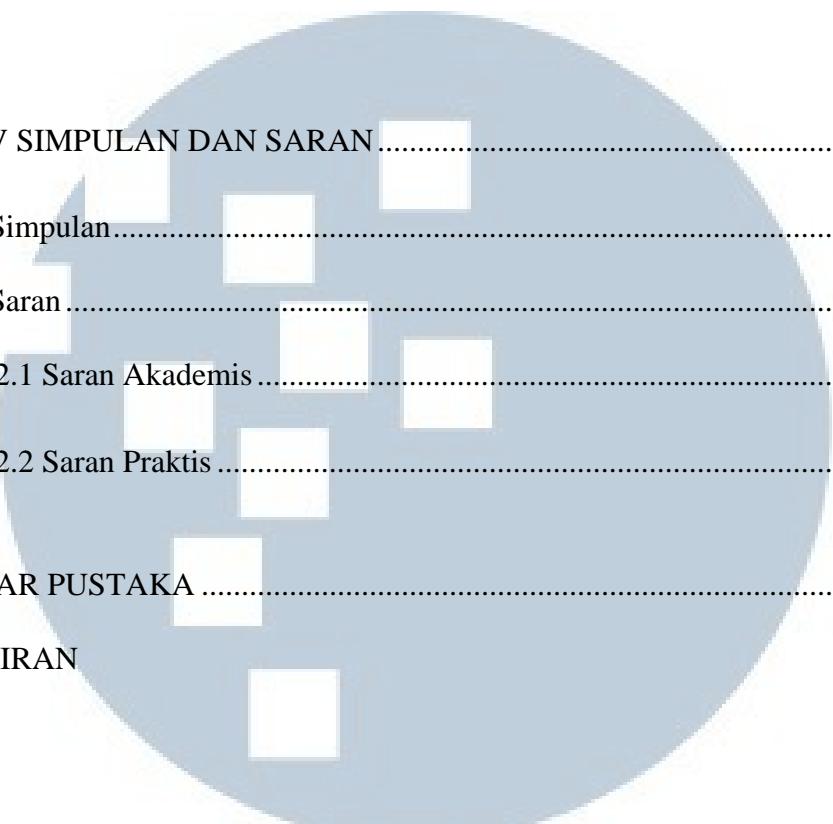
**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	10

1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.5.3 Kegunaan Sosial .....	10
1.5.4 Keterbatasan Penelitian .....	11
 BAB II KERANGKA TEORI.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Teori .....	17
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i> .....	17
2.2.2 <i>Promotional Mix</i> .....	18
2.2.3 Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	20
2.2.4 Perencanaan Media Periklanan.....	22
2.2.5 Iklan <i>Online / Internet</i> .....	25
2.2.6 Terpaan Iklan <i>Online</i> .....	29
2.2.7 <i>Customer Based Brand Equity (CBBE)</i> .....	31
2.2.8 <i>Brand Judgement</i> .....	35
2.2.9 Teori SOR .....	36
2.3 Hipotesis Teoritis.....	39
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	40

3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel .....	43
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.6 Teknik Pengukuran Data .....	51
3.6.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.7 Teknik Analisis Data .....	59
3.7.1 Uji Normalitas .....	60
3.7.2 Uji Regresi .....	60
3.7.3 Uji Hipotesis .....	61
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Objek Penelitian .....	66
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Karakteristik Responden.....	68
4.2.2 Hasil Olah Data Responden.....	76
4.3 Pembahasan .....	113



BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	118
5.1 Simpulan.....	118
5.2 Saran.....	119
5.2.1 Saran Akademis .....	119
5.2.2 Saran Praktis .....	120
DAFTAR PUSTAKA .....	121
LAMPIRAN	

**UMN**  
**UNIVERSITAS**  
**MULTIMEDIA**  
**NUSANTARA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan <i>Pop Mie</i> – Pedesnya Hidup Jaman Now.....	4
Gambar 1.2 <i>Pop Mie</i> Pedas Dower <i>Challenge</i> di <i>Youtube</i> .....	5
Gambar 1.3 Data Konsumsi Media Tahun 2016.....	6
Gambar 2.1 Piramida <i>Customer-Based Brand Equity</i> .....	34
Gambar 2.2 Bagan Teori S-O-R.....	37
Gambar 4.1 Iklan <i>Pop Mie</i> – “Pedesnya Hidup Jaman Now” di <i>Youtube</i> .....	66
Gambar 4.2 Iklan <i>Pop Mie</i> – “Pedesnya Hidup Jaman Now” di <i>Youtube</i> .....	67
Gambar 4.3 Iklan <i>Pop Mie</i> – “Pedesnya Hidup Jaman Now” di <i>Youtube</i> .....	67

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2.2 Jenis Media Periklanan.....	24
Tabel 3.1 Mahasiswa Aktif Fakultas Ilmu Komunikasi di Tangerang Selatan.....	43
Tabel 3.2 Sampel Mahasiswa Aktif Fakultas Ilmu Komunikasi di Tangerang Selatan.....	46

Tabel 3.3 Tabel Operasionalisasi Variabel (X) dan (Y).....	47
Tabel 3.4 Nilai Skala <i>Likert</i> .....	52
Tabel 3.5 Uji Validitas Data <i>Pre-Test</i> Variabel X.....	54
Tabel 3.6 Uji Validitas Data <i>Pre-Test</i> Variabel Y.....	56
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel X.....	58
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel Y.....	59
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Kategori Mahasiswa Aktif Fakultas Ilmu Komunikasi di Tangerang Selatan.....	70
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Universitas.....	71
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Angkatan.....	72
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jurusan.....	73
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan terhadap Iklan <i>Online Pop Mie “Pedesnya Hidup Jaman Now”</i> .....	74
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan <i>Platform Media</i> yang Digunakan untuk Melihat Iklan <i>Pop Mie “Pedesnya Hidup Jaman Now”</i> .....	75
Tabel 4.8 Tabulasi Data Pernyataan Variabel X.....	77

Tabel 4.9 Pernyataan Variabel X1.....	79
Tabel 4.10 Pernyataan Variabel X2.....	80
Tabel 4.11 Pernyataan Variabel X3.....	81
Tabel 4.12 Pernyataan Variabel X4.....	82
Tabel 4.13 Pernyataan Variabel X5.....	83
Tabel 4.14 Pernyataan Variabel X6.....	84
Tabel 4.15 Pernyataan Variabel X7.....	85
Tabel 4.16 Pernyataan Variabel X8.....	86
Tabel 4.17 Pernyataan Variabel X9.....	87
Tabel 4.18 Pernyataan Variabel X10.....	88
Tabel 4.19 Pernyataan Variabel X11.....	89
Tabel 4.20 Pernyataan Variabel X12.....	90
Tabel 4.21 Pernyataan Variabel X13.....	91
Tabel 4.22 Tabulasi Data Pernyataan Variabel Y.....	93
Tabel 4.23 Pernyataan Variabel Y1.....	95
Tabel 4.24 Pernyataan Variabel Y2.....	96
Tabel 4.25 Pernyataan Variabel Y3.....	97

Tabel 4.26 Pernyataan Variabel Y4.....	98
Tabel 4.27 Pernyataan Variabel Y5.....	99
Tabel 4.28 Pernyataan Variabel Y6.....	100
Tabel 4.29 Pernyataan Variabel Y7.....	101
Tabel 4.30 Pernyataan Variabel Y8.....	102
Tabel 4.31 Pernyataan Variabel Y9.....	103
Tabel 4.32 Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov Test</i> .....	104
Tabel 4.33 Uji Korelasi <i>Pearson's Product Moment</i> .....	105
Tabel 4.34 Uji Regresi Linier Sederhana.....	106
Tabel 4.35 Uji <i>ANOVA</i> .....	107
Tabel 4.36 Uji Koefisien.....	108
Tabel 4.37 Besar pengaruh dimensi variabel X terhadap variabel Y.....	110

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA