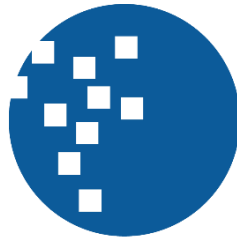


**PENGARUH PESAN IKLAN POKEMON TRADING CARD
GAME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

LUCIUS VERYSEN

00000027598

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

2022

PENGARUH PESAN IKLAN POKEMON TRADING CARD

GAME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

LUCIUS VERYSSEN

00000027598

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lucius Verysen

Nomor Induk Mahasiswa : 00000027598

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PENGARUH PESAN IKLAN POKEMON TRADING CARD GAME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

merupakan hasil saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2022



Digital Materai Rp 10.000,00

(Lucius Verysen)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul
**PENGARUH PESAN IKLAN POKEMON TRADING CARD GAME
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

Oleh

Nama : Lucius Verysen
NIM : 00000027598
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari 4, Juli 2022
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS

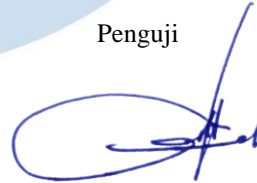
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

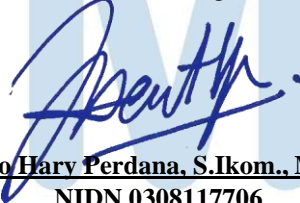


Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom
NIDN 0331077503



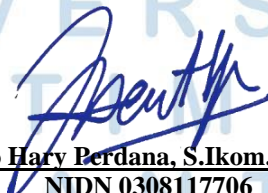
Theresia LV Lolita, M.I.Kom
NIDN 0327019001

Pembimbing



Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.
NIDN 0308117706

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.
NIDN 0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lucius Verysen

NIM : 00000027598

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PESAN IKLAN POKEMON TRADING CARD GAME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 04 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Lucius Verysen)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Saya sangat amat bersyukur dan berterima kasih kepada setiap pihak yang telah memberikan kesempatan dan ikut membantu Saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul:

“PENGARUH PESAN IKLAN KARTU POKEMON TRADING CARD GAME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN” diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya tahu apabila bukan karena bantuan dari orang-orang yang selalu ikhlas dan hadir dalam kehidupan Saya, skripsi ini belum tentu bisa terselesaikan dengan tepat waktu. Sehingga, Saya ingin memberikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Ibu Theresia LV Lolita, M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah membantu kelancaran penelitian hingga memberi saran untuk naskah skripsi.
5. Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom selaku ketua sidang skripsi yang telah memberi perbaikan untuk kekurangan naskah skripsi.
6. Keluarga Lucius Verysen yang sudah memberikan segenap dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Vania Natasha Angeline, Steven Sanjaya dan Andreas Kevin Triguna yang dengan senantiasa membantu dan menyemangati peneliti sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
8. Komunitasi Facebook Pokemon TCG Trainers Indonesia yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini, sehingga pengolahan data dapat berjalan dengan baik.
9. Dan semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian ini sehingga Saya mampu menyusun dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Tangerang, 04 Juli 2022



Lucius Verysen

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH PESAN IKLAN POKEMON TRADING CARD GAME TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Lucius Verysen

ABSTRAK

Adanya kerja sama antara Salim Group dan Pokemon Company, kartu Pokemon TCG yang sebenarnya sudah tersebar luas pada tahun 1996 di Indonesia baru mendapatkan popularitasnya pada tahun 2019. Pokemon TCG merupakan perusahaan pokemon yang mengembangkan lini permainan kartu *trading card game* dalam bentuk Bahasa Inggris dan Indonesia. Untuk memperkenalkan versi pokemon dengan translasi Bahasa Indonesia, Pokemon TCG menerapkan kegiatan periklanan yang menjadi bagian dari salah satu strategi komunikasi pemasaran yang memberikan dampak positif kepada minat beli suatu produk maupun jasa. Tujuan dari penelitian ini kemudian dilaksanakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara pesan iklan Pokemon TCG terhadap minat beli konsumen. Penelitian mengenakan pesan iklan SUCCESSs dan minat beli dengan metodologi penelitian yang diaplikasikan bersifat penelitian kuantitatif eksplanatif. Ditemukan adanya pengaruh antara pesan iklan kartu pokemon TCG terhadap minat beli konsumen dengan pengaruh sebesar 27.5%. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kesuksesan kartu Pokemon TCG dipengaruhi oleh eksekusi periklanannya di media digital yang sesuai dengan peminat kartu Pokemon TCG.

Kata kunci: Pesan Iklan SUCCESSs, Periklanan, Minat Beli, TCG,

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***THE EFFECT OF POKEMON TRADING CARD GAME
ADVERTISING MESSAGE ON CONSUMER BUYING***

INTEREST

Lucius Verysen

ABSTRACT

The cooperation between Salim Group and Pokemon Company, Pokemon TCG card that is actually been distributed in 1996 in Indonesia has recently got its popularity in 2019. Pokemon TCG is a Pokemon Company that develops a trading card game line in English and Indonesian translations. To introduce Pokemon version with Indonesian translation, Pokemon TCG implements advertising activity as one of their marketing strategies that has potential to give a positive influence on consumer buying interest. The objective of this study is to discover if there is any effect between Pokemon TCG advertising message with consumer buying interest. This study is using SUCCESs advertising message and buying interest. The design method used in this study is explanative quantitative. The result of the research indicate that there is an influence between the advertising message of the Pokemon TCG Card on consumer buying interest with an effect of 27.5%. The conclusion of this study is that the success of the Pokemon TCG card is influenced by the execution of its advertising in digital media in accordance with the interest of the Pokemon TCG card fans.

Keywords: *SUCCESs Advertising Message, Advertising, Buying Interest, Trading Card Game.*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH KEPENTINGAN AKADEMIS	UNTUK v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II KERANGKA TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Konsep	11
2.2.1 Periklanan	11
2.2.2 Pesan Iklan	11
2.2.3 Minat Beli	13
2.3 Hipotesis Teoritis	14

2.4	Alur Penelitian	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		16
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian	16
3.2	Metode Penelitian	16
3.3	Populasi dan Sampel	17
3.3.1	Populasi	17
3.3.2	Sampel	18
3.4	Operasionalisasi Variabel/ Konsep	19
3.5	Teknik Pengumpulan Data	23
3.5.1	Data Primer	23
3.5.2	Data Sekunder	24
3.6	Teknik Pengukuran Data	24
3.6.1	Uji Validitas	25
3.6.2	Uji Reliabilitas	29
3.7	Teknik Analisis Data	31
3.7.1	Uji Korelasi	31
3.7.2	Uji Regresi	32
4.1	Subjek/Objek Penelitian	33
4.2	Hasil Penelitian	34
4.2.1	Karakteristik Responden	35
4.2.2	Hasil Data Pesan Iklan Kartu Pokemon TCG	37
4.2.3	Hasil Data Minat Beli Kartu Pokemon TCG	42
4.2.4	Uji Normalitas	46
4.2.5	Uji Korelasi	47
4.2.6	Uji Regresi	48

4.2.7 Uji Hipotesis	50
4.3 Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
5.2.1 Saran Akademis	57
5.2.2 Saran Praktis	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2 Alur Penelitian	15
Tabel 3.1 Skala Likert	25
Tabel 3.2 Tabel Uji Validitas Data Variabel Pesan Iklan Pokemon TCG Indonesia (X)	28
Tabel 3.3 Tabel Uji Validitas Data Variabel Tingkat Minat Beli Produk (Y)	29
Tabel 3.4 Tabel Kriteria Reliabilitas	30
Tabel 3.5 Tabel Uji Instrumen Reliabilitas Pre-test Variable Pesan Iklan Pokemon TCG Indonesia (X)	30
Tabel 3.6 Tabel Uji Instrumen Reliabilitas Pre-test Variable Tingkat Minat Beli Produk (Y)	30
Tabel 3.7 Tabel Nilai Koefisien Korelasi	31
Tabel 4.1 Hasil Penelitian Dimensi Simplicity	38
Tabel 4.2 Hasil Penelitian Dimensi Unexpectedness	39
Tabel 4.3 Hasil Penelitian Dimensi Concreteness	39
Tabel 4.4 Hasil Penelitian Dimensi Credibility	40
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Dimensi Emotionality	41
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Dimensi Storytelling	41
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Dimensi Minat Transaksional	43
Tabel 4.8 Hasil Penelitian Dimensi Minat Referensial	44
Tabel 4.9 Hasil Penelitian Dimensi Minat Preferensial	44
Tabel 4.10 Hasil Penelitian Dimensi Minat Eksploratif	45

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan ITZY bersama Pokemon TCG di Media Internet	4
Gambar 1.2 Kartu Pokemon Bahasa Inggris	5
Gambar 1.3 Kartu Pokemon Bahasa Indonesia	5
Gambar 3.1 Komunitas Pokemon TCG Trainers Indonesia per Mei 2022	17
Gambar 3.2 Sample Sized Used in Marketing Research Studies	19
Gambar 4.1 Iklan ITZY bersama Pokemon TCG di Media Internet	33
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Gambar 4.3 Level of Enjoyment When Playing TCG Based on Gender	35
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	35
Gambar 4.5 Data Responden Berdasarkan Usia	36
Gambar 4.6 Influencer Pokemon TCG Indonesia	36
Gambar 4.7 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	46
Gambar 4.8 Hasil P-Plot	47
Gambar 4.9 Uji Korelasi Penelitian	48
Gambar 4.10 Uji Regresi Sederhana	48
Gambar 4.11 Anova Data Penelitian (Uji Statistik F)	49
Gambar 4.12 Uji Regresi Linear Sederhana (Uji Statistik T)	49

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: FORMULIR KONSULTASI SKRISPI	61
LAMPIRAN B: KUESIONER PENELITIAN	63
LAMPIRAN C: BUKTI PENCARIAN RESPONDEN	68
LAMPIRAN D: TABULASI DATA KUESIONER	69
LAMPIRAN E: HASIL CEK TURNITIN	73



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA