

**UNIVERSITAS INDONUSA ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI STRATA-1
KONSENTRASI PERIKLANAN**

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Chandra Kurniawan
N.I.M : 2006-51-025
Konsentrasi : Periklanan
Judul : Tingkat ketertarikan pada iklan XL “Versi Paket Nelpon
gila” Dengan minat beli mahasiswa fikom UEU 2009.

Jakarta, 7 Agustus 2010

Ketua Bidang Konsentrasi,

Pembimbing Materi

(Euis Nurul Bahriyah SE.)

(Drs. Dani V Noor,M.Si)

**UNIVERSITAS INDONUSA ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI STRATA-1
KONSENTRASI PERIKLANAN**

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Telah Diuji di Jakarta, 7 Agustus 2010

Dinyatakan : (LULUS / TIDAK LULUS)

Nama : Chandra Kurniawan

N.I.M : 2006 51 025

Judul : Tingkat ketertarikan pada iklan XL “Versi Paket Nelpon gila”
Dengan minat beli mahasiswa fikom UEU 2009.

Sidang Penguji,

Penguji Ketua

(Drs. Dani V Noor, M.Si)

Penguji 1,

Penguji 2,

()

()

ABSTRAK

Nama/NIM : Chandra kurniawan/200651025
Judul : Tingkat Ketertarikan pada Iklan XL “Versi Paket Nelpon Gila” Dengan Minat Beli Mahasiswa Fikom UEU 2009.
Jumlah Halaman : x ; 13 tabel, 3 Gambar, 6 Lampiran
Kata Kunci : Tingkat Ketertarikan, Iklan XL, Minat Beli
Daftar Pustaka : 13 judul 1993-2007

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan tingkat ketertarikan pada iklan XL paket Nelpon Gila dengan minat beli Mahasiswa Fikom UEU 2009. Dari hasil penelitian memberikan gambaran bahwa nilai korelasi antara ketertarikan dan minat beli didapatkan dengan angka yang signifikan yaitu ($r = 0,75$). ini berarti keterkaitan antara kedua variabel tersebut sangat kuat karena ketertarikan dan minat beli sangat rendah terhadap XL Paket Nelpon Gila. Kepada PT. Exelcomindo penulis menyarankan merubah lebih menarik lagi strategi komunikasi dan promosi, dan dapat menjelaskan tentang fitur fitur yang ditawarkan agar iklan tersebut mencapai hasil tujuan yang ingin dicapai.

KATA PENGANTAR

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Puji Syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T yang telah memberikan kemampuan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.

Skripsi ini merupakan laporan penelitian penulis untuk mendapatkan gambaran tingkat ketertarikan Iklan XL “Versi Paket Nelpon gila” Dengan Minat Beli Mahasiswa Fikom UEU 2009, Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar strata satu (S1) Di Fakultas Ilmu Komunikasi Esa Unggul Jakarta. Penelitian ini merupakan penerapan ilmu komunikasi yang penulis peroleh dalam perkuliahan.

Penulis menyadari banyak mendapatkan bantuan baik materil dan moril, doa dari berbagai pihak, Oleh sebab itu, penulis perlu menyampaikan ucapan terima kasih Kepada :

1. Orang tuaku yang tercinta dan tersayang. Atas doa, cinta, kasih sayang yang mana tidak akan bisa aku balas sampai kapanpun “ *I love u my parent*”. Terutama ibuku Dan saudara-saudaraku yang ku sayangi Om awalludin, Om eddi sekeluarga, dan Seluruh Keluarga Besarku yang telah memberi semangat.
2. Bpk Dr. Ir Arief Kusuma AP, MBA selaku Rektor Universitas Indonusa Esa Unggul.
3. Bapak Dr. Indrawadi Tamin, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi esa unggul.
4. Bapak Drs. Dani V Noor, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu setia memberikan pengarahan bimbingannya, untuk masukan-masukan yang diberi sehingga dapat selesai skripsi ini.

5. Seluruh Dosen beserta Staf Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak bisa saya jelaskan satu persatu, atas semua ilmu yang telah diberikan serta layanan akademik kepada penulis.
6. Sahabatku yang saya anggap sebagai Saudara Satrio Wibowo, yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan mensupport segala urusan dalam hidup saya. Thanks Sahabatku.
7. kakakku yang tercinta, terima kasih atas kasih sayang, keikhlasan dan dukungannya Kak Robby, Kak iyan, Kak Kules, Rhoma Dhayanti, Catra, Daniel, Rima, Ezra, Alphin dan semua keponakan-keponakanku. “ *I Love U R* “
8. Teman-teman spesialku yang selalu mendukung dalam setiap hal yaitu especially for Satrio wibowo, Dika, Hendra, Ian, Rizky Hidayatullah, Tyo, Andi, Aal, Prio, Bexaverina, Carien, dan teman bandku.
9. Teman-teman advertising Atha, Hendra, Rizky Hidayatullah dan teman seperjuangan atas dukungannya.
10. Astrie, Bexaverina, Mas Helmi, Mas Agus, and teman-teman yang Membantu didalam maupun luar kampus, thanks banget ya.
11. Seluruh teman-teman Liquid Band, Satrio wibowo, Aal, Tyo, Andi uya dan teman seperjuangan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
12. Kepada seluruh teman-teman di FIKOM UIEU angkatan 2005 dan 2006, dan pihak secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan masukan dalam penulisan laporan ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Jakarta, 7 Agustus 2010

Chandra Kurniawan

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG.....i

TANDA PENGESAHAN SIDANG.....ii

ABSTRAKiii

KATA PENGANTARiv

DAFTAR ISIvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisa.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi.....	10
2.2 Definisi Periklanan.....	11
2.3 Iklan.....	13
2.3.1. Iklan XL paket Nelpon Gila.....	16
2.4 Televisi	17
2.5 Ketertarikan.....	21
2.6 Minat Beli.....	23
2.7 Keterkaitan Antara Tingkat Ketertarikan dan Minat Beli.....	27
2.8 Operasional Variabel.....	28
2.9 Kerangka Pemikiran.....	31
2.10 Hipotesis.....	32

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1. Populasi.....	34
3.2.2. Sampel.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4 Validitas dan Realiabilitas.....	37

BAB 4 HASIL PENELITIAN

4.1 Subjek.....	42
4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Exelcomindo Pratama Tbk.....	42
4.1.2. Struktur Organisasi.....	44
4.1.3. Persediaan Perusahaan.....	47
4.1.4. Paket Nelpon Gila.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1. Profil Responden.....	51
4.2.2. Variabel X (Tingkat Ketertarikan Responden Pada Iklan XL Nelpon Gila.....	56
4.2.3. Variabel Y (Minat Beli Responden Pada Iklan XL Nelpon Gila.....	57
4.2.4. Keterkaitan Antara Variabel X (Tingkat Ketertarikan dan Variabel Y (Minat Beli).....	59
4.3 Pembahasan.....	61

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1 : Surat Keterangan Praktek Kerja Lapangan

Lampiran-2 : Surat Keterangan Perusahaan

Lampiran-3 : Laporan evaluasi Praktek Kerja Lapangan

Lampiran-4 : Hasil Rekaman Radio

Lampiran-5 : Surat Pernyataan

Lampiran-6 : Hasil Script Radio

Lampiran-7 : Foto- Foto Klien yang ditangani PT. Daun

Kencana Abadi

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Model Komunikasi AIDA.....	26
Tabel 2.2 Operasional Variabel Ketertarikan.....	27
Tabel 2.3 Operasional Variabel Minat Beli.....	28
Tabel 3.1 Hasil Test-Retest.....	39
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jurusan.....	52
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	52
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pernah melihat/tidak.....	53
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pembeli Provider XL.....	54
Tabel 4.7 Ketertarikan Responden.....	55
Tabel 4.8 Minat Beli Responden.....	57
Tabel 4.9 Keterkaitan Antara Variabel X (Ketertarikan) dan Variabel Y (Minat Beli).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2.2 Hipotesis.....	32
Gambar 4.1 Paket Nelpon Murah XL.....	49

