

**PENGARUH SPONSORSHIP MOTOR YAMAHA DALAM  
PROGRAM MOTOGP DI TRANS7 TERHADAP MINAT BELI  
PENONTON**

**(Survei pada Warga Komplek Djajakusumah Kencana Residence, Serpong,  
Tangerang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**Disusun oleh :**

**Fegi Widya Astama**

**051503503125025**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

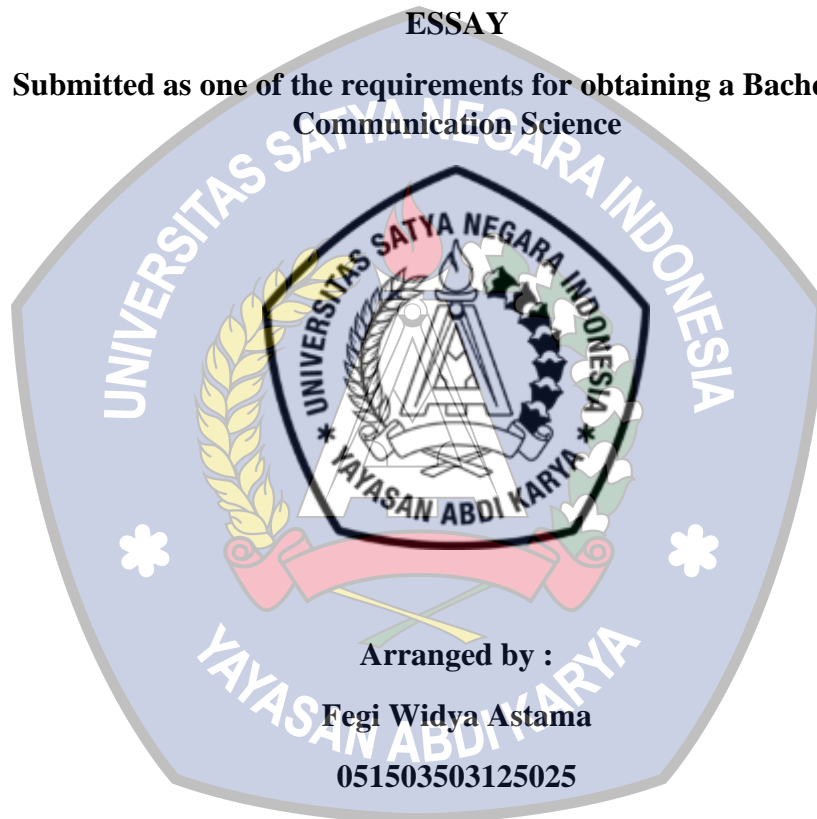
**2019**

**THE EFFECT OF YAMAHA MOTOR SPONSORSHIP IN THE  
MOTOGP PROGRAM ON TRANS7 TOWARDS INTEREST IN  
BUYERS**

**(Survey on Citizens Djajakusumah Kencana Complex Residence, Tangerang)**

**ESSAY**

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of  
Communication Science**



**Arranged by :**

**Fegi Widya Astama**

**051503503125025**

**SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

**FACULTY OF SOC**

**IAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

**JAKARTA**

**2019**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Fegi Widya Astama

NIM : 051503503125025

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunukasi

PEMINATAN : Periklanan

**PENGARUH SPONSORSHIP MOTOR YAMAHA DALAM PROGRAM MOTOGP  
DI TRANS7 TERHADAP MINAT BELI PENONTON**

(Survei pada Warga Komplek Djajakusumah Kencana Residence, Serpong,  
Tangerang)

Jumlah Halaman : xvi + 105 halaman + lampiran

Bibliografi : 23 buku, 5 Skripsi, 5 Internet, 4 Jurnal

**ABSTRAK**

Perkembangan televisi di Indonesia bisa dibilang cepat dengan hadirnya beberapa stasiun televisi oleh pihak swasta dengan skala nasional, terlebih hadirnya beberapa stasiun televisi lokal dengan ruang lingkup di daerah tertentu saja. Hal ini bisa dikaitkan media televisi merupakan salah satu media yang banyak diminati oleh masyarakat, disamping itu media televisi merupakan lahan yang penuh dengan modal..

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori SOR, konsep-konsep yang digunakan adalah komunikasi, televisi, periklanan, *sponsorship*, minat beli, *audience*.

Paradigma penelitian yang digunakan dalama penelitian ini positivisme, pendekatan kuantitatif, metode penelitian survei, sifat penelitian eksplanatif, jumlah populasi sebanyak 325 jiwa sampel 76, analisis data menggunakan korelasi dan analisis regresi.

Dalam uji korelasi nilai signifikan 0,000 dan nilai *Pearson Corelation* 0,570, dalam uji koefisien determinasi 0,325 atau 32,5%, dalam uji regresi nilai x 0,703, dan dalam uji parsial (T) nilai signifikan 0,000 dan nilai  $t_{hitung}$  5,974.

Terdapat korelasi sedang antara x dan y, terdapat pengaruh *sponsorship* motor Yamaha melalui program motogp trans7 terhadap minat beli penonton.

Kata Kunci : *Sponsorship*, Minat Beli.

Pembimbing I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Pembimbing II : Achmad Budiman.S,S.Ikom,M.Ikom

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE  
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

*NAME* : Fegi Widya Astama

*NIM* : 051503503125025

*STUDY PROGRAM* : Communication Studies

*Specialization* : Advertising

***THE EFFECT OF YAMAHA MOTOR SPONSORSHIP IN THE MOTOGP PROGRAM  
ON TRANS7 TOWARDS INTEREST IN BUYERS***

*(Survey of Djajakusumah Kencana Residence Complex, Serpong, Tangerang)*

*Number of Pages* : xvi + 105 pages + attachments

*Bibliography* : 23 books, 5 Thesis, 5 Internet, 4 Journals

**ABSTRACT**

*The development of television in Indonesia can be said to be fast with the presence of several television stations by the private sector on a national scale, especially the presence of several local television stations with scope in certain regions. This can be attributed to the television media is one of the media that is much in demand by the public, besides that the television media is a land full of capital ..*

*The theory used in this research is SOR theory, the concepts used are communication, television, advertising, sponsorship, buying interest, audience.*

*The research paradigm used in this study is positivism, quantitative approaches, survey research methods, the nature of explanatory research, the population of 325 samples 76, data analysis using correlation and regression analysis.*

*In the correlation test the significance value is 0,000 and the Pearson Correlation value is 0.570, in the determination coefficient test is 0.325 or 32.5%, in the regression test value is  $x$  0.703, and in the partial test (T) the significant value is 0,000 and the t-test value is 5.974.*

*There is a moderate correlation between  $x$  and  $y$ , there is the influence of Yamaha motor sponsorship through the Motogp Trans7 program to the buying interest of the audience.*

*Keywords: Sponsorship, Buy Interest.*

*Advisor I* : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

*Advisor II* : Achmad Budiman.S, S.Ikom, M.Ikom