

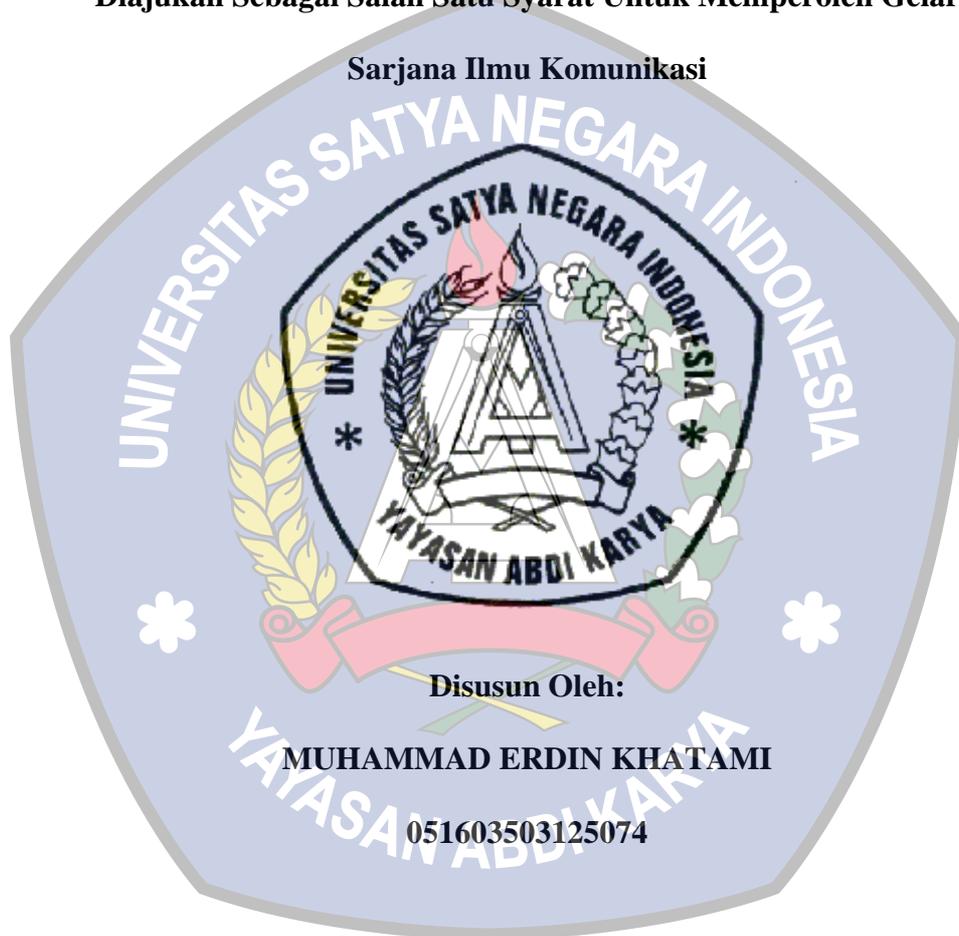
**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT VERSI STOP**

**HOAX TERHADAP SIKAP KHALAYAK MAHASISWA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**MUHAMMAD ERDIN KHATAMI**

**051603503125074**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JAKARTA**

**2020**

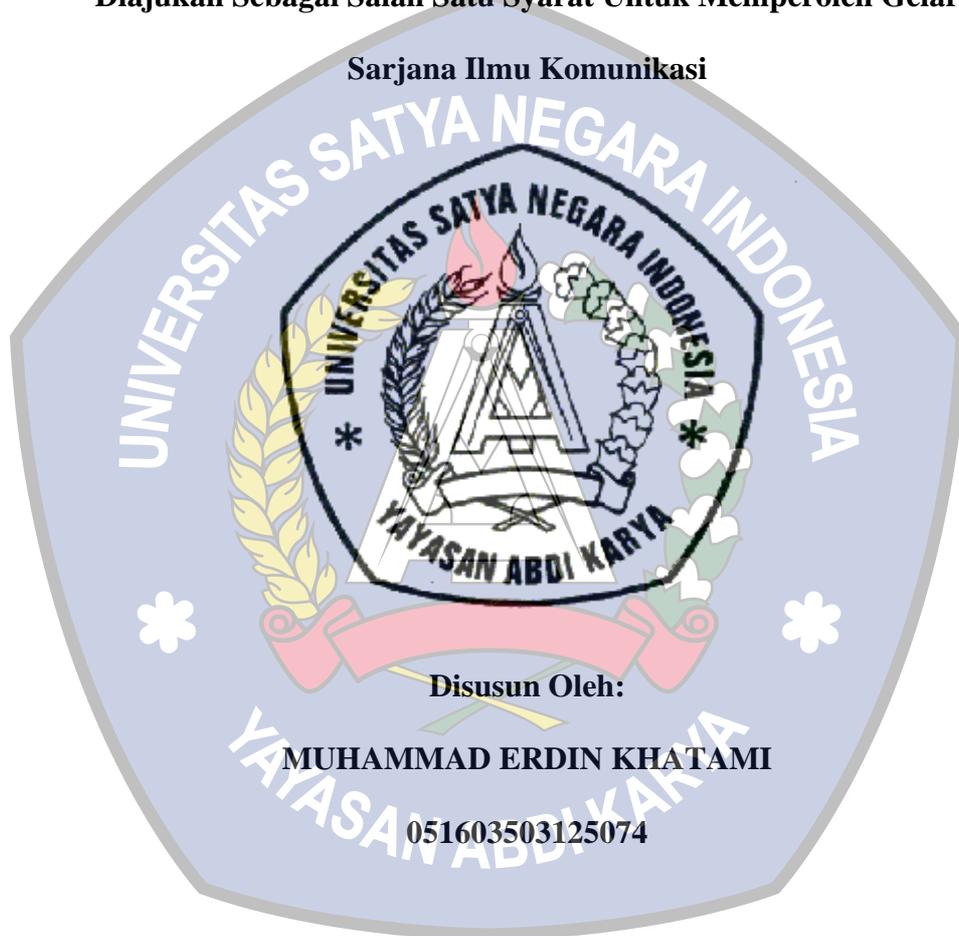
**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT VERSI STOP**

**HOAX TERHADAP SIKAP KHALAYAK MAHASISWA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**MUHAMMAD ERDIN KHATAMI**

**051603503125074**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 28 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



(Muhammad Erdin Khatami)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : Muhammad Erdin Khatami  
NIM : 051603503125074  
JUDUL : Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Versi Stop  
Hoax Terhadap Sikap Khalayak Mahasiswa  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan

**Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.**

Jakarta, 28 Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Dr. Adiella Yankie Lubis, M.I.Kom)

(Fitri Sarasati, M.Sc)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

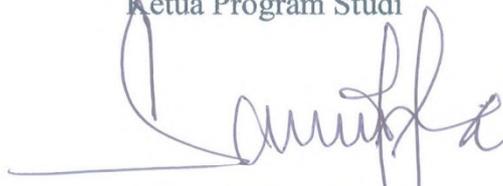
(Dr. Radita Gora Tayibnapis, M.M)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Erdin Khatami  
NIM : 051603503125074  
JUDUL : Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Versi Stop Hoax  
Terhadap Sikap Khalayak Mahasiswa  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan  
Jakarta, 28 Agustus 2020  
Menyetujui  
Ketua Penguji Fitri Sarasati, M.Sc  
Anggota Penguji I Sandra Olifia, M.Si  
Anggota Penguji II Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom  
Mengetahui

Ketua Program Studi

  
(Sandra Olifia, M.Si)

Dekan FISIP

  
(Dr. Radita Gora Tayibnapis, M.M)

## KATA PENGANTAR

Penulis ingin memanjatkan puji serta syukur kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayah-NYA penyusunan Laporan Skripsi ini yang berjudul “PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TERHADAP SIKAP KHALAYAK (Analisis Pada Mahasiswa Fisip Usni Terhadap Penayangan Iklan Layanan Masyarakat di Televisi Nasional Indosiar Versi “Stop Hoax! Yuk Gunakan Sosial Media Kalian Untuk Hal Yang Lebih Positif”).

Saya juga sangat berterima kasih juga kepada kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa dalam melakukan semua kegiatan dan tanggung jawab yang telah diberikan kepada penulis. Adapun laporan ini juga dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, jurusan Ilmu komunikasi, Universitas Satya Negara Indonesia.

Laporan ini dapat diselesaikan dengan adanya bantuan dari berbagai pihak. Mulai dari pihak keluarga, pihak pembimbing dosen, maupun dari pihak teman-teman mahasiswa, oleh karena itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya.

Untuk itu penulis juga mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dra. Merry L. Panjaitan, MBA selaku Rektor Univeritas Satya Negara Indonesia.

2. Dr. Radita Gora Tayibnapi, S.Sos, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Sandra Olifia, M.Si selaku Ketua Program Studi Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Fitri Sarasati, S.I.Kom., M.I.Kom dan Dr. Adiella Yankie Lubis, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah membantu penulisan dengan memberikan saran dan masukan yang bermanfaat, serta bersedia dalam meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih kepada Susi Nurlia yang telah menemani dan memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Terima kasih kepada para mahasiswa yang telah membantu saya menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Terima kasih juga kepada teman-teman saya dikampus, terutama Fisip Usni, Fisip 2016 dan teman-teman saya Deryl, Yasir, Rimba, Nanda, Vira, Syahrin, dan masih banyak lagi teman-teman yang penulis tidak sebutkan namun selalu memberikan support kepada penulis.
8. Terima kasih juga kepada sahabat-sahabat saya dirumah, Danu Buntaran, Tema Priyanka, Rafif Nur Aziz, Rama, Muhammad Arfin, dan masih banyak lagi, yang sudah memberikan support kepada penulis untuk membuat proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan skripsi ini masih banyak kekurangannya, untuk itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat

membangun. Penulis juga menyampaikan permintaan maaf sebesar-besarnya apabila penelitian saya ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangannya.



Jakarta, 28 Agustus 2020

(Muhammad Erdin Khatami)

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

### UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Muhammad Erdin Khatami  
NIM : 051603503125074  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan  
Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Versi Stop Hoax Terhadap Sikap Khalayak Mahasiswa  
Jumlah halaman : xvii + 92 Halaman + 4 Lampiran  
Bibliografi : 16 Buku; 1 Jurnal; 1 Artikel Internet.

#### ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penayangan iklan layanan masyarakat versi stop hoax yang ada di media televisi indosiar. Iklan ini sebenarnya dibuat dengan tujuan untuk mengurangi angka penyebaran berita hoax diindonesia. Karna menurut kominfo sekarang-sekarang ini banyak sekali berita hoax yang telah menyebar dan merugikan kita sebagai masyarakat.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R, dimana teori ini membahas tentang perubahan sikap adalah serupa dengan mengubah sikap komunikasi. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Hovland (1953) karena adanya pengaruh dari ilmu psikologi dalam ilmu komunikasi.

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik. Metode yang digunakan yaitu metode survey dan sifat penelitiannya yang eksplanatif. Pengumpulan data menggunakan *Simple Random Sampling* dengan populasi berjumlah 744 mahasiswa dan sampelnya berjumlah 88 mahasiswa.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa iklan layanan masyarakat ini sangat berpengaruh terhadap sikap khalayak sebesar 64% dan sisanya sebanyak 36% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Dari hasil penelitian dan kesimpulan, penulis memberikan saran-saran untuk akademis dan praktisi, agar para praktisi iklan untuk lebih kreatif lagi dalam membuat sebuah iklan yang dapat menarik khalayak dan konsumen.

Kata Kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Teori S-O-R, Komponen Sikap

Pembimbing I : Fitri Sarasati, S.I.Kom., M.I.Kom

Pembimbing II : Dr. Adiella Yankie Lubis, S.I.Kom, M.I.Kom

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

**UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

*NAME* : Muhammad Erdin Khtami

*NIM* : 051603503125074

*STUDY PROGRAM* : *Communication Studies*

*SPECIALIZATION* : *Advertising*

*The Effect Of Public Service Advertising Stop Hoax Version On The Attitudes Of Students*

*Number of Pages: xvii + 92 Pages + 4 Attachments*

*Bibliography: 16 Books; 1 Journal; 1 Internet Articles.*

**ABSTRACT**

*This research is motivated by the display of stop hoax version of public service advertisements in indosiar television media. This advertisement was actually made with the aim of reducing the number of hoaxes spread in Indonesia. Because according to the Ministry of Communication and Informatics recently hoax news has spread and hurt us as a society.*

*The theory used in this research is the S-O-R theory, where this theory discusses the change in attitude is similar to changing the communicant attitude. This theory was first put forward by Hovland (1953) because of the influence of psychology in communication.*

*In this study the authors will conduct research with a quantitative approach with a positivistic paradigm. The method used is the survey method and the explanatory nature of the research. Data collection using Simple Random Sampling with a population of 744 students and a sample of 88 students.*

*The results of this study prove that public service announcements greatly affect the attitudes of the audience by 64% and the remaining 36% are influenced by other factors outside this study.*

*From the results of research and conclusions, the authors provide suggestions for academics and practitioners, so that advertising practitioners to be more creative in making an ad that can attract audiences and consumers.*

*Keywords* : *Public Service Announcements, S-O-R Theory, Attitude Components.*

*Supervisor I* : Fitri Sarasati, S.I.Kom., M.I.Kom

*Supervisor II* : Dr. Adiella Yankie Lubis, S.I.Kom, M.I.Kom