PENGARUH KREATIFITAS IKLAN TERHADAP DAYA TARIK PENONTON IKLAN SIRUP MARJAN

" DEWI SRI PELINDUNG"

(Survei Pada Masyarakat kelurahan Gandaria Selatan, Cilandak, Jakarta Selatan)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk tugas akhir

SKRIPSI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Disusun oleh :

AZMI LATIFAH

180900093

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2022

THE EFFECT OF ADVERTISING CREATIVITY ON ADVISOR ATTRACTION SIRUP MARJAN

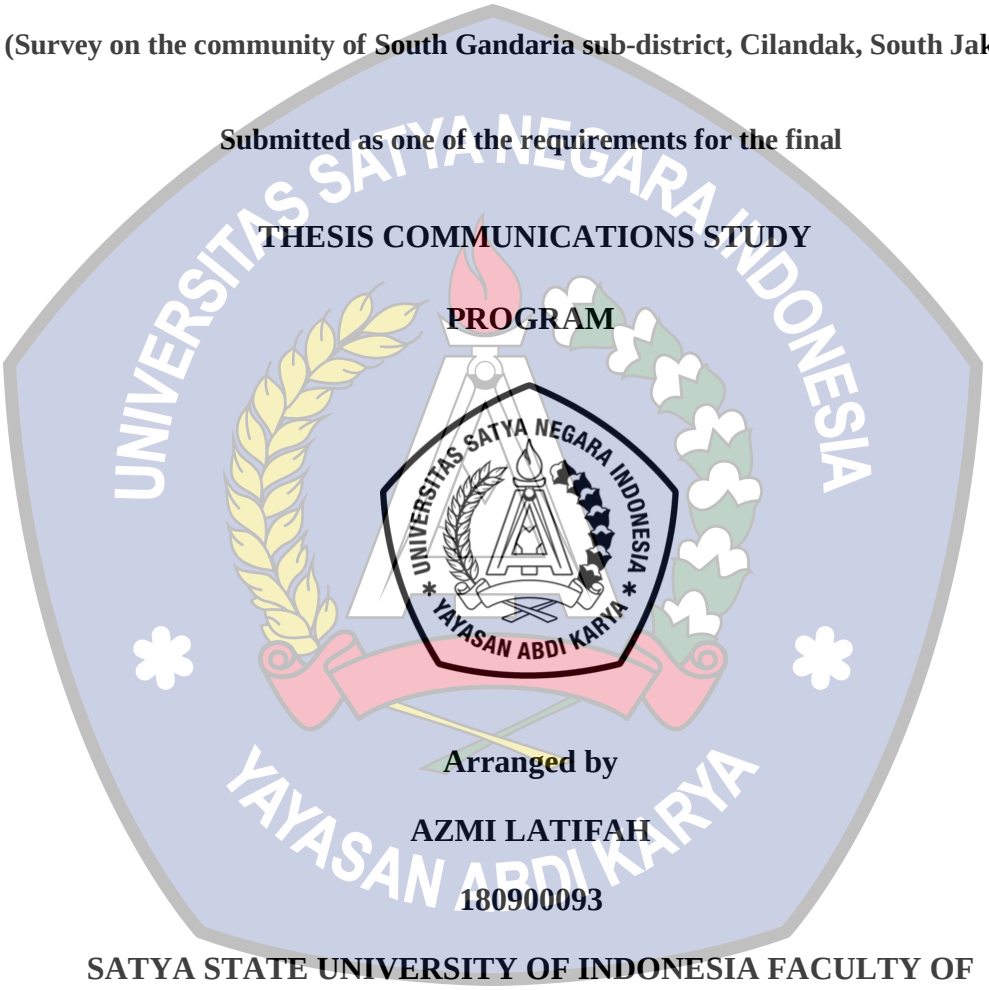
" DEWI SRI PELINDUNG"

(Survey on the community of South Gandaria sub-district, Cilandak, South Jakarta)

Submitted as one of the requirements for the final

THESIS COMMUNICATIONS STUDY

PROGRAM



Arranged by

AZMI LATIFAH

180900093

SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE JAKARTA

2022

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Azmi Latifah

NIM : 180900093

JUDUL : Pengaruh Kreatifitas Iklan Terhadap Daya Tarik Penonton Iklan Sirup Marjan "Dewi Sri Pelindung" (Survei Pada Masyarakat kelurahan Gandaria Selatan, Cilandak, Jakarta Selatan)

PROGRAM SETUDI : Ilmu Komunikasi :

KONSENTRASI :Periklanan

ABSTRAK

iklan merupakan bentuk dari penyajian promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kreatifitas Iklan Terhadap Daya Tarik Penonton Iklan Sirup Marjan "Dewi Sri Pelindung" (Survei Pada Masyarakat kelurahan Gandaria Selatan, Cilandak, Jakarta Selatan)

Penelitian ini meggunakan teori *S-O-R* dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengambil data melalui penyebaran kuesioner serta memiliki variabel bebas (X) pengaruh kreatifitas iklan dan variabel terikat (Y) daya tarik penonton. Populasi penelitian ini berjumlah 88 orang, sementara sampelnya berjumlah 20 orang yang didapat dengan menggunakan rumus Slovin.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner,. Semua data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dianalisis menggunakan program SPSS versi 19 dan juga mengunakan uji regresi sederhan,uji korelasi,uji koefisien determinasi dan hipotesis.

Dalam penghitungan SPSS maka dapat mengetahui pengaruh kreatifitas iklan terhadap daya tarik penonton iklan sirup marjan digunakan rumus regresi linier sederhana. Sehingga diperoleh persamaan Y=2.114 + 0,771X sehingga hubungannya positif. Selanjutnya untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikan antara variabel X dan Y dilakukan uji t dan hasilnya t hitung lebih besar dari t tabel (8.879 >1,988).

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kreatifitas iklan terhadap daya tarik penonton iklan sirup marjan "dewi sri pelindung"

Kata kunci: kreatifitas iklan , Daya tarik, iklan televisi

Pembimbing I : Drs. Solten Rajagukguk,M.M

Pembimbing II : Bertha Komala Sinambela,S.Sos.,M.Si

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDINESIA

NAME : Azmi Latifah

NIM : 180900093

TITLE : The Effect of Advertising Creativity on the Attractiveness of Advertising Audiences Marjan syrup “Dewi Sri Protector” (Survey on Society South Gandaria sub-district, Cilandak, South Jakarta)

STUDY PROGRAM : Communications Studies

CONCENTRATION : Advertising

ABSTRACT

Advertising is a form of non-personal presentation of the promotion of ideas, goods or services by a particular sponsor that requires payment. The purpose of this study was to find out how big the influence of advertising creativity on the audience's attractiveness of the Marjan syrup advertisement "Dewi Sri Protector" (Survey on the Community of South Gandaria Village, Cilandak, South Jakarta)

This study uses the S-O-R theory and this study uses a quantitative approach that takes data through questionnaires and has an independent variable (X) the influence of advertising creativity and the dependent variable (Y) audience attractiveness. The population of this study amounted to 88 people, while the sample amounted to 20 people obtained using the Slovin formula.

The data collection method used in this study was a questionnaire. All data obtained from the results of distributing questionnaires were analyzed using the SPSS version 19 program and also using a simple regression test, correlation test, coefficient of determination and hypothesis testing.

In calculating SPSS, it can determine the effect of advertising creativity on the attractiveness of the audience of marjan syrup advertisements using a simple linear regression formula. So that the equation Y=2.114 + 0.771X is obtained so that the relationship is positive. Furthermore, to find out whether it is significant or not significant between the variables X and Y, a t-test was carried out and the result was that t-count was greater than t-table (8,879 > 1,988).

From the results of the study it can be concluded that there is an influence of advertising creativity on the attractiveness of the audience of the marjan syrup ad "dewi sri protector"

Keywords : Advertisiment creativity, Advertising appeal, Television Advertising

Mentor I : Drs. Solten Rajagukguk,M.M

Mentor II : Bertha Komala Sinambela,S.Sos.,M.SI