

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE “BLACKPINK” PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI SURABAYA**



Oleh:

Dimas Satria Permadi
NPM. 1443010056

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE “BLACKPINK” PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI SURABAYA**


Disusun Oleh

Dimas Satria Permadi
NPM. 1443010056

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing


Dra. HERLINA SUKSMAWATI, M.Si
NIP. 196412251993092001

Mengetahui
DEKAN

DR.DRS.EC.GENDUT SUKARNO, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE “BLACKPINK” PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI SURABAYA

Dimas Satria Permadi

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur

ABSTRAK

Minat beli juga dapat timbul apabila seorang konsumen merasa sangat tertarik terhadap berbagai informasi seputar produk yang diperoleh melalui iklan, pengalaman orang yang telah menggunakannya, dan kebutuhan yang mendesak terhadap suatu produk. Gencarnya promosi dan iklan yang dilakukan Shopee, ternyata masih kalah bersaing dengan pesaingnya yang juga bergerak di bidang *ecommerce*. Selain kalah bersaing, Shopee juga mengalami permasalahan dengan iklannya yang ditegur oleh pihak Komisi Penyiaran Indonesia. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan Shopee “Blackpink” pada media sosial Instagram terhadap minat beli masyarakat Surabaya.

Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti yaitu dengan penelitian kuantitatif. Populasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah masyarakat pengguna Shopee yang berada di wilayah kota Surabaya pria dan wanita yang berusia 17 tahun hingga 40 tahun, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari keseluruhan masyarakat Surabaya. Uji yang dilakukan menggunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan software SPSS.

Dari analisis yang dilakukan pada penelitian yang berjudul pengaruh terpaan iklan shopee “blackpink pada” media sosial instagram terhadap minat beli masyarakat Surabaya, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa terpaan iklan memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap minat beli yaitu sebesar 51,1%. Hal ini terjadi karena tingginya frekuensi dan durasi iklan shopee yang dilihat oleh konsumen yang akan menjadi calon konsumen dari produk yang dijual pada shopee.

Kata Kunci : terpaan iklan Shopee, Blackpink, Minat Beli

ABSTRACT

Interest in buying can also arise if a consumer feels very interested in various information about the product obtained through advertising, the experience of people who have used it, and the urgent needs of a product. Incessant promotions and advertisements by Shopee, apparently still unable to compete with competitors who are also engaged in ecommerce. In addition to being unable to compete, Shopee also experienced problems with her adverts which were reprimanded by the Indonesian Broadcasting Commission. Therefore the purpose of this study is to determine the effect of exposure to Shopee "Blackpink" ads on social media Instagram on the buying interest of the people of Surabaya.

In this study, the research approach carried out by researchers is quantitative research. The population to be examined in this study are Shopee users who reside in the Surabaya city area of men and women aged 17 years to 40 years, with the total sample in this study as many as 100 respondents from the entire Surabaya community. The test was conducted using simple regression analysis using SPSS software.

From the analysis carried out in a study entitled the effect of shopper advertising "blackpink on" Instagram social media on the buying interest of Surabaya people, it can be concluded that advertising exposure has a fairly high influence on buying interest that is equal to 51.1%. This happens because of the high frequency and duration of shopee ads seen by consumers who will be potential customers of products sold at shopee. Another thing that can influence buying interest is the price factor, type of product.

Keywords: Shopee ad exposure, Blackpink, Purchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami persembahkan kehadirat Tuhan Yang Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga skripsi dengan judul **PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE “BLACKPINK” PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI SURABAYA**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Herlina Suksmawati, Msi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada

- a. Bapak DR.DRS.EC.GENDUT SUKARNO,MS,CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- b. Ibu DR.YULI CHANDRASARI,S.SOS,MSI selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
- c. Orang tua dan teman-teman yang mendukung proses penyusunan skripsi.
- d. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu – persatu yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulis skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis khususnya.

Surabaya, 18 November 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKIRPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Komunikasi Pemasaran	9
2.2.1. Definisi Komunikasi	9
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	10
2.3. Periklanan	11
2.3.1. Pengertian Iklan Iklan	11

2.3.2. Terpaan Iklan	19
2.3.3 Indikator Terpaan Iklan.....	21
2.4. Terpaan Media	21
2.5. Media Sosial	23
2.5.1.Klasifikasi Media Sosial.....	24
2.5.2.Manfaat Media Sosial	25
2.6. Minat Beli.....	26
2.6.1. Indikator Minat Beli	27
2.7. Perilaku Konsumen	27
2.8. Teori S-O-R.....	28
2.9. Kerangka Berpikir.....	29
2.10. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Metode Penelitian	33
3.2. Definisi Opreasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.2.1. Definisi Operasional.....	34
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	37
3.3.1. Populasi	37
3.3.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data	39
3.5. Teknik Analisis Data	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2 Uji Reliabilitas	42

3.8 Metode Analisis Regresi Linier Sederhana	42
3.9 Pengujian Hipotesis.....	43
3.9.1 Uji Parsial (Uji t)	43
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.2 Penyajian dan Analisis Data	50
4.2.1 Karakteristik Responden	50
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	53
4.3.1 Responden Terpaan Iklan (X)	53
4.3.2 Responden Minat Beli (Y)	57
4.4 Uji Validitas.....	65
4.4.1 Uji Validitas Terpaan Iklan (X).....	66
4.4.2 Uji Validitas Minat Beli (Y).....	67
4.5 Uji Reliabilitas	68
4.5.1 Uji Reliabilitas Terpaan Iklan (X)	68
4.5.2 Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	69
4.6 Uji Regresi Linier Sederhana.....	68
4.7 Uji Hipotesis	70
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	70
4.7.2 Uji Koefisien Determinasi.....	71
4.8 Pembahasan	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

Gambar 2.1 Model Prilaku Konsumen	28
Gambar 2.2 Teori Stimulis Organism Respon (SOR)	29
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Logo Shoope.....	44
Gambar 4.2 Jumlah Unduhan Shopee di Google Play Store.....	45
Gambar 4.3 Halaman Awalan Shopee	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel Kerangka Konsep.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Saya melihat iklan Shopee “Blackpink” di media sosial instagram hampir setiap saat.....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Berapa kali anda melihat iklan Shopee “Blackpink” di media sosial instagram dalam seminggu	54
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Saya selalu melihat iklan Shopee “Blackpink” di media sosial Instagram sampai selesai	55
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Berapa lama anda melihat iklan Shopee “Blackpink” di media sosial Instagram dengan keseluruhan durasi 30 detik	56
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Setelah melihat iklan Shopee “Blackpink” saya tertarik untuk membeli produk di shopee	57
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Setelah melihat iklan shopee “blackpink” membuat saya ingin melihat produk di shopee.....	58
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Saya akan merekomendasikan kepada teman saya tentang shopee	59
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Saya akan memberikan ulasan tentang produk yang saya beli melalui shopee.....	60
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Saya akan menjadikan shopee sebagai pilihan utama saya jika ingin membeli barang	61
Tabel 4.13 Deskripsi Jawaban Responden Saya akan menjadikan shopee sebagai ecommerce utama saya jika ingin membeli barang	62

Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden Anda akan mencari tahu tentang harga di shopee	63
Tabel 4.15 Deskripsi Jawaban Responden Anda akan mencari tahu tentang macam-macam pilihan barang yang ada di shopee	64
Tabel 4.16 Tabel minat beli variabel Y	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Y	66
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas X	67
Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Y	68
Tabel 4.21 Uji Regresi Linier Sederhana	69
Tabel 4.22 Hasil Uji Signifikansi (Uji t)	70
Tabel 4.23 Uji Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I Kuisisioner Penelitian	76
Lampiran II Skor Variabel	78
Variabel Terpaan Iklan (X)	78
Variabel Minat Beli (Y)	80
Lampiran III Hasil Analisis Output SPSS	83
Data Responden.....	83
Usia Responden.....	83
Pekerjaan Responden	83
Pendidikan Terakhir Responden	83
Pengujian SPSS	83
Tabel Hasil Uji Validitas Terpaan Iklan (X)	83
Tabel Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)	84
Tabel Uji Reliabilitas Terpaan (X).....	85
Tabel Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	85
Tabel Uji Regresi Linier Sederhana dan Hasil Uji t.....	86
Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi	86
Lampiran IV Iklan Shopee “Blackpink” Pada Media Sosial Instagram	87