

**EFEKTIVITAS IKLAN RINSO TENTANG BAHAYA SAMPAH
PLASTIK PADA REMAJA SURABAYA**

**(Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Iklan Rinso Versi “Yuk Mulai Bijak
Plastik!” Tentang Bahaya Sampah Plastik Pada Remaja Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh :

ANISHA KURNIA SARI

NPM. 1643010042

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2020

**EFEKTIFITAS IKLAN RINSO TENTANG BAHAYA SAMPAH
PLASTIK PADA REMAJA SURABAYA**
(Studi Diskriptif Kuantitatif Efektifitas Iklan Rinso Versi “Yuk Mulai Bijak
Plastik” Tentang Bahaya Plastik Pada Remaja Surabaya

Disusun Oleh:

ANISHA KURNIA SARI
NPM. 1643010042

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL

DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

EFEKTIVITAS IKLAN RINSO TENTANG BAHAYA SAMPAH PLASTIK PADA

REMAJA SURABAYA

Disusun Oleh :

ANISHA KURNIA SARI

NPM : 1643010042

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada Tanggal 15 Juli 2020

PEMBIMBIBING UTAMA



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 19641225 199309 2001

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 19641225 199309 2001

2. Sekertaris



Dr. Yuli Candrasari, M.Si
NPT. 3710794 00271

3. Anggota



Dra. Sumardijati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. G. Pradit Sukarno, MS, CHRA
NIP. 19590701 198703 1001

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **EFEKTIVITAS IKLAN RINSO TENTANG BAHAYA SAMPAH PLASTIK PADA REMAJA SURABAYA (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Iklan Rinso Versi “Yuk Mulai Bijak Plastik!” Tentang Bahaya Sampah Plastik Pada Remaja Surabaya)**. Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan studi penulis. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu DRA. HERLINA SUKSMAWATI, M.SI atas arahan dan bimbingan yang telah diberikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, diantaranya :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Sebagai Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA. Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Yuli Candrasari, S.Sos, M.Si. Sebagai Kordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Semua Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan Ilmu.

5. Keluarga tercinta Papa, Mama, Alun dan Upi yang telah memberikan dukungan penuh baik moral maupun materil selama ini.
6. Yusa Dwi Bhakti S.Pd. yang tiada henti membantu, menasehati serta memberikan semangat kepada penulis.
7. Keluarga Sahabat Gurun, Trisia, Nabkam, Amei, Dini, Wang, Rhydea, Alfiah, Bencong, Sherren. yang selalu menemani, mendengarkan, melindungi, memberi bantuan serta semangat yang tiada henti.
8. Bagas, Mbe, Wilys, Ais, Adha, Marta, Tressty, Tata, Devi. yang telah membantu dan memberikan masukan dalam proses mengerjakan skripsi.
9. Seluruh anggota Ex Bph UPN Televisi 15, serta teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 yang telah memberikan bantuan dan semangat.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu pengerjaan skripsi ini, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan rujukan bagi bidang Ilmu Komunikasi.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Batam, 26 Juni 2020

Anisha Kurnia Sari

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Definisi Efektivitas	14
2.2.1.1 Efektivitas Komunikasi	15
2.2.1.2 Faktor-faktor Penghambat Efektivitas Komunikasi.....	16

2.2.1.3	Efektivitas Iklan	17
2.2.2	Iklan	18
2.2.2.1	Definisi Iklan	18
2.2.2.2	Jenis-jenis Iklan	19
2.2.2.3	Tujuan Iklan	21
2.2.2.4	Pesan Iklan	23
2.2.2.5	Strategi Kreatif Pesan Iklan	23
2.2.2.6	Fungsi Iklan	27
2.2.2.7	Media Iklan	28
2.2.3	Televisi Sebagai Media Iklan	29
2.2.3.1	Iklan Televisi	29
2.2.3.2	Kekuatan Iklan Televisi	30
2.2.3.3	Elemen Iklan Televisi	31
2.2.4	Bahaya Sampah Plastik Terhadap Lingkungan	32
2.2.5	Teori S-O-R	34
2.2.6	Direct Rating Method (DRM).....	37
2.2.6.1	Definisi Direct Rating Method (DRM).....	37
2.2.6.2	Fungsi Direct Rating Method (DRM).....	37
2.2.6.3	Tujuan Direct Rating Method (DRM)	38
2.2.6.4	Variabel Direct Rating Method (DRM).....	38
2.3	Kerangka Berfikir	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Metode Penelitian.....	47
3.2	Definisi Konseptual	47
3.2.1	Efektivitas Iklan	47
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.3.1	Definisi Operasional.....	48
3.3.2	Pengukuran Variabel.....	52
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	54
3.4.1	Populasi	54

3.4.2	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	55
3.5	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6	Metode Analisis Data	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		64
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1	Sejarah Singkat Rinso	64
4.2	Penyajian Data dan Analisis Data	65
4.2.1	Identitas Responden	65
4.2.2	Sumber Informasi.....	67
4.2.3	Analisis Data	68
4.2.3.1	Efektivitas Pesan Iklan dalam Dimensi Perhatian (<i>Attention</i>)	69
4.2.3.2	Efektivitas Pesan Iklan dalam Dimensi Pemahaman (<i>Readthrougness</i>)	75
4.2.3.3	Efektivitas Pesan Iklan Dalam Respon Kognitif	83
4.2.3.4	Efektivitas Pesan Iklan Dalam Respon Afektif	89
4.2.3.5	Efektivitas Pesan Iklan Dalam Respon Sikap.....	94
4.3	Efektivitas Iklan Dengan Metode <i>Direct Rating Method</i> (DRM).....	101
4.4	Pembahasan	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		120
5.1	Kesimpulan.....	120
5.2	Saran	122
DAFTAR PUSTAKA		123

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Direct Rating Method (DRM).....	63
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67
Tabel 4. 4 Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Menonton Iklan Dalam Sehari....	67
Tabel 4. 5 Klasifikasi Berdasarkan Durasi Menonton Tayangan Iklan	68
Tabel 4. 6 Informasi Tentang Bahaya Sampah Plastik	70
Tabel 4. 7 Tayangan Iklan Rinso Versi “Yuk Mulai Bijak Plastik!”	71
Tabel 4. 8 Komposisi Warna Pada Iklan Rinso	71
Tabel 4. 9 Pesan Iklan Rinso Sangat Mengedukasi	73
Tabel 4. 10 Skor Rata-rata Iklan Rinso Pada Dimensi Perhatian	74
Tabel 4. 11 Isi Pesan Iklan Rinso.....	76
Tabel 4. 12 Responden Dapat Menceritakan Kembali Iklan Rinso	77
Tabel 4. 13 Responden Mengingat Slogan Iklan Rinso Dengan Jelas.....	77
Tabel 4. 14 Memahami Bahaya sampah Plastik Bagi Lingkungan	80
Tabel 4. 15 Memahami Bahasa Yang Digunakan Dalam Penyampaian Pesan	81
Tabel 4. 16 Skor Rata-rata Iklan Rinso Dimensi Pemahaman.....	82
Tabel 4. 17 Kesan Terhadap Gambar dan Musik Pada Iklan Rinso	84
Tabel 4. 18 Kepercayaan Terhadap Pesan Iklan	85
Tabel 4. 19 Kesan Responden Terhadap Kreativitas Penyampaian Pesan	87
Tabel 4. 20 Skor Rata-rata Iklan Rinso Pada Dimensi Respon Kognitif.....	88
Tabel 4. 21 Iklan Rinso Memberikan Pengaruh Positif	90

Tabel 4. 22 Responden Merasa Senang Dengan Ajakan Pada Iklan	91
Tabel 4. 23 Keinginan Responden Untuk Selalu Melihat Iklan Rinso	92
Tabel 4. 24 Skor Rata-rata Iklan Rinso Pada Dimensi Respon Afektif	93
Tabel 4. 25 Responden Berminat Untuk Bijak Dalam Menggunakan Plastik	95
Tabel 4. 26 Kecenderungan Responden Untuk Menciptakan Kebersihan	96
Tabel 4. 27 Responden Cenderung Mengolah Sampah Plastik	98
Tabel 4. 28 Responden Cenderung Menggunakan Barang Yang Reuseable	99
Tabel 4. 29 Skor Rata-rata Iklan Rinso Pada Dimensi Respon Behavioral	100
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden terhadap Efektivitas Iklan Rinso	102
Tabel 4. 31 Iklan Rinso Dalam Metode Direct Rating Method (DRM).....	10303

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Teori S-O-R.....	36
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir.....	46
Gambar 3. 1 Tagline Rinso	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	128
Lampiran 2 Data Tabulasi Validitas	134

ABSTRAK

ANISHA KURNIASARI, EFEKTIVITAS IKLAN RINSO TENTANG BAHAYA SAMPAH PLASTIK PADA REMAJA SURABAYA

(Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Iklan Rinso Versi “Yuk Mulai Bijak Plastik!” Tentang Bahaya Sampah Plastik Pada Remaja Surabaya)

**Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran”
Jawa Timur**

Email : anishakurniasari20@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif iklan Rinso versi “yuk mulai bijak plastik” di televisi menggunakan Direct Rating Method (DRM) menurut remaja Surabaya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Metode Penentuan Peringkat Langsung atau Direct Rating Method. Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Populasi penelitian ini adalah remaja Surabaya yang bertempat tinggal di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini diambil 100 orang yang berusia 15-19 tahun dan pernah melihat iklan Rinso versi “yuk mulai bijak plastik” di televisi. Hasil penelitian ini dengan menggunakan DRM (direct rating method) terhadap iklan Rinso versi “yuk mulai bijak plastik” sudah masuk ke dalam kriteria iklan yang sangat efektif dan menunjukkan bahwa iklan tersebut telah berhasil dalam menarik perhatian (attention), pemahaman (readthroughness), respon kognitif (cognitive), respon afektif (affection) dan sikap (behaviour) terhadap pesan yang disampaikan pada iklan Rinso versi “yuk mulai bijak plastik”.

Berdasarkan masing-masing indikator tersebut total nilai DRM dari iklan Rinso versi “Yuk Mulai Bijak Plastik!” di Televisi adalah 81,25. Responden menilai bahwa iklan televisi Rinso versi “yuk mulai bijak plastik” telah mampu menarik perhatian, memberikan pemahaman, membuat konsumen terkesan, meyakinkan konsumen untuk tidak membuang sampah sembarangan serta memungut sampah yang merusak keindahan alam Indonesia, dan menggunakan barang yang reuseable dalam kehidupan sehari-hari dan melakukan gerakan nyata bijak plastik serta berani kotor demi kebaikan alam Indonesia.

Kata Kunci: Efektivitas iklan, Direct Rating Method, Rinso

ABSTRACT

ANISHA KURNIASARI, THE EFFECTIVENESS OF RINSO ADVERTISING ABOUT THE DANGERS OF PLASTIC WASTE TO YOUTH IN SURABAYA

**(A Quantitative Descriptive Study of the Effectiveness of Rinso Advertising
"Let's Start Plastic Wisdom!" About the Dangers of Plastic Waste to Youth
in Surabaya)**

**Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences, UPN
"Veteran" East Java**

Email: anishakurniasari20@gmail.com

This research aims to measure the effectivity of Rinso's "let's get plastic wise" advertisement version on television using the Direct Rating Method (DRM) according to Surabaya youth. This research was using Direct Rating Method and the sampling method used in this research was purposive sampling. The population of this research was teenagers in Surabaya who live in Surabaya. The sample of this research is 100 people aged 15-19 years and had seen Rinso's "let's get plastic wise" advertisement version on television. The results of this research shows that Rinso's "let's get plastic wise" advertisement version classified to very effective advertising criteria and shows that the advertisement had succeeded in attracting attention, understanding (readthroughness), cognitive response, affective response, and attitude to the message delivered through this advertisement.

Based on each of these indicators, the total DRM value of Rinso's "Let's Start Plastic Wisdom!" advertisement version on television was 81.25. Respondents considered that the "let's get plastic wise" version of Rinso's television commercial had been able to attract attention, provide understanding, impress consumers, convince consumers not to litter and pick up trash that destroys Indonesia's natural beauty, and use reusable items in everyday life, make a real movement of plastic wise and dare to be dirty for the good of Indonesia's nature.

Keywords: advertisement effectiveness, Direct Rating Method, Rinso's