

Sika Masyarakat Sidoarjo terhadap Iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo

by Catur Suratnoaji

Submission date: 23-Jun-2020 11:20PM (UTC-0700)

Submission ID: 1348928498

File name: 4_Catur_Suratnoaji_sikap_masyarakat_sidoarjo.pdf (5.16M)

Word count: 1280

Character count: 7906

SIKAP MASYARAKAT SIDOARJO TERHADAP IKLAN SUNCITY WATERPARK DI RADAR SIDOARJO

Catur Suratnoaji

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP – UPN Veteran Jatim

Email :

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap masyarakat Sidoarjo terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan datanya di analisis dengan metode deskriptif. Informan dalam penelitian ini adalah Masyarakat Sidoarjo yang berusia 15 tahun ke atas dan pernah melihat iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo. Teknik penarikan populasi dan sampel menggunakan *Probability Sampling*, dengan metode *Simple Random Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dan lain sebagainya. Hasil penelitian ini adalah Sikap masyarakat Sidoarjo terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo adalah sedang. Dikatakan sedang karena sikap responden dalam melihat iklan ini yaitu responden tidak terlalu menganggap penting iklan ini namun masyarakat Sidoarjo merasa tertarik untuk mengunjungi Suncity Waterpark. Hasil penelitian dan pembahasan diambil kesimpulan bahwa masyarakat Sidoarjo tidak terlalu menganggap penting iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo namun masyarakat Sidoarjo merasa tertarik untuk mengunjungi Suncity Waterpark.

Kata kunci: Sikap, Iklan, Suncity Waterpark Sidoarjo, Radar Sidoarjo.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya media massa dapat dibagi menjadi dua yaitu; media cetak dan media elektroik Dewasa ini media penyampaian pesan melalui televisi dan radio sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Pemberitaan di surat kabar , majalah juga memiliki kelebihan yaitu; mampu merekam maupun dapat didokumentasikan, tidak seperti pada radio seelah dilihat, didengar, dengan mudah bisa hilang dari penglihatan dan pendengaran khalayak karena sifat nya yang sekilas (Effendy,2005:156).

Media cetak merupakan suatu media yang terdiri dari lembaran-lembaran kertas, berupa tulisan kata-kata, dan gambar tanpa menggunakan energy elektromekanis. Koran adalah lembaran tercetak yang memuat laporan dan informasi yang terjadi di masyarakat dengan ciri -ciri terbit secara rutin dan secara periodeik, bersifat umum, isi nya termasa dan actual tentang apa saja dimana saja diseluruh dunia untuk di ketahui oleh seluruh khalayak. Media cetak juga dapat dibaca oleh siapa saja, kapan saja tidak tergantung pada perodesasi waktu terbit. Media pada saat ini berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik kepada khalayak yang membacanya, dengan menginformasikan berita-berita yang akurat dan cepat.

Karena isi berita di media cetak yang memberikan informasi yang dapat mempengaruhi sikap masyarakat, maka media cetak memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan sikap, prilaku dan lain-lainnya.

Salah satu iklan yang ada dalam surat kabar adalah Suncity Waterpark. Suncity Waterpark berada di kawasan Suncity Plaza di Jalan Pahlawan no. 1 Sidoarjo. Suncity Waterpark merupakan

wahana rekreasi air terbesar di Sidoarjo dan tempat rekreasi yang paling strategis dalam kota dengan berbagai wahana air, edukasi, adrenalin dan juga sebagai tempat penyaluran bakat kreativitas anak dan remaja. Suncity Waterpark berada di dalam kawasan yang strategis dimana di sebelah waterpark terdapat mall dan The Sun Hotel. Di dalam Suncity Waterpark terdapat berbagai macam bentuk fasilitas dari panggung hiburan, restoran, loker disewakan, toilet, ruang bilas dan ruang ganti, musholla, aula dan wahana serta terdapat juga program hiburan.

Suncity Waterpark setiap hari tidak pernah sepi dari pengunjung. Harga tiket masuk Suncity Waterpark dibedakan yaitu Weekday (Senin-Jumat) Rp 20.000, Weekend (Sabtu-Minggu) Rp 25.000, dan Special Day (Libur Nasional) Rp 30.000. Suncity Waterpark juga menyediakan paket kolektif dan promo sehingga dapat menarik pengunjung untuk datang. Paket Kolektif yang disediakan yaitu Paket Group atau rombongan, Paket Tour De Waterpark, Paket Intrakurikuler, Paket Fun Gathering, Paket Ulang Tahun Anak, dan Paket Wedding. Sedangkan untuk paket promo yaitu paket nasi dengan harga Rp 12.000/orang dan member card Gold dan Silver. Adapula program hiburan yang disajikan oleh Suncity Waterpark yaitu Live music, Audisi band, Student performance, Senam aerobic, Gebyar kreatifitas anak dan Badut dan Fun games.

Suncity Waterpark ini beriklan pada Radar Sidoarjo yang ditayangkan pada hari Sabtu dan Minggu dalam waktu 1 bulan. Radar Sidoarjo merupakan Koran kebanggaan masyarakat Sidourjo yang berpusat di Sidoarjo, Jawa Timur. Radar Sidoarjo dibawah naungan management Radar Surabaya yang merupakan anak

perusahaan dari Jawa Pos. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Komponen lainnya dari promosi termasuk publisitas, relasi publik, penjualan, dan promosi penjualan. Promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi dimana organisasi atau perusahaan penyelenggara pariwisata berusaha mempengaruhi khalayak darimana penjualan produknya bergantung.

Sikap sebagai suatu bentuk dari respon komunikasi terhadap stimulus yang diterima. Apabila sikap masyarakat Sidoarjo terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo mendapatkan respon yang baik dari khalayak. Khalayak dalam penelitian adalah Masyarakat Sidoarjo. Responden yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah masyarakat Sidoarjo usia 15 tahun keatas sebanyak 1.621.686 sebagai khalayak dalam mengkonsumsi periklanan di Media Massa. Masyarakat juga dapat mengetahui tempat rekreasi yang strategis dan dekat di kota Sidoarjo.

Lokasi penelitian yang penulis anggap mampu meneliti permasalahan adalah di kota Sidoarjo. Penelitian lokasi ini berdasarkan letak dari Suncity Waterpark yang berada di Sidoarjo. Dimana penulis ingin mengetahui akan sikap masyarakat di kota Sidoarjo terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo. Kota Sidoarjo merupakan kota pendukung kota Surabaya. Sehingga sangat memungkinkan untuk masyarakat Sidoarjo dengan intensitas tinggi setiap hari mengkonsumsi iklan Suncity Waterpark.

Tinjauan Pustaka Iklan

Periklanan sebagai alat dalam bentuk komunikasi yang di manfaatkan untuk membujuk audiens (permisa,

pembaca maupun pendengar) sehingga dapat mengambil tindakan berkaitan dengan satu produk, ide, atau layanan. Periklanan merupakan penyampaian informasidan materi secara persuasive kepada khalayak public melalui media massa dengan tujuan untuk mempromokasikan barang atau jasa. Periklanan sebagai suatu bisnis ide dan kreativitas (Roman, Maas & Nisenholtz, 2005). Proses mengungkapkan ide dalam bentuk gambar sangat penting dalam periklanan, tetapi gambar yang baik, bagus dan indah bukan hal yang utama Karena kita hanya dituntut untuk dapat menuangkan ide dalam bentuk citra gambar (Lwin & Aichison, 2005).

Kegiatan kreativitas berhubungan dengan suatu jasa periklanan (komunikasi atau arah dengan menggunakan mediaum tertentu) yang terdiri dari p[roses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan.

Sikap

Dalam ilmu psikologi sosial, sikap banyak sekali diteliti, mulai dari teori, konstruksi, konsep hingga pengukurannya. Sikap merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan tanggapan suatu obyek atau kelompok baik yang disenangi maupun yang tidak disenangi secara konsisten (Sutisna, 2003 : 99). Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara terhadap objek sikap (Rahmat, 1999, 39-40). Pada hakekatnya sikap adalah interaksi dari komponen-komponen. Sikap akan timbul jika ada stimulus yang diterima oleh organisme yang kemudian membentuk tiga komponen yang

mempengaruhi objek sikap itu, antara lain :

- a. Komponen kognitif, yaitu suatu pengetahuan atau kepercayaan seseorang tentang segala sesuatu yang berlaku yang dianggap benar bagi obyek sikap, sehingga dapat menimbulkan keyakinan dari obyek tersebut.
- b. Komponen Afektif , yaitu segala sesuatu yang menyangku masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek sikap. Komponen afektif ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sebuah obyek.
- c. Komponen konatif, yaitu berada dalam struktur sikap yang menunjukkan bagaimana perilaku atau tindakan yang berada dalam diri seseorang yang berhubungan dengan obyek sikap yang sedang dihadapinya. (Saverin dan Tankard, 2005 : 177).

Suncity Waterpark

Suncity Waterpark berada di kawasan Suncity Plaza di Jalan Pahlawan no. 1 Sidoarjo. Suncity Waterpark merupakan wahana rekreasi air terbesar di Sidoarjo dan tempat rekreasi yang paling strategis dalam kota dengan berbagai wahana air, edukasi, adrenalin dan juga sebagai tempat penyaluran bakat kreativitas anak dan remaja. Suncity Waterpark berada di dalam kawasan yang strategis dimana di sebelah waterpark terdapat mall dan The Sun Hotel.

Di dalam Suncity Waterpark terdapat berbagai macam bentuk fasilitas dari panggung hiburan, restoran, loker disewakan, toilet, ruang bilas dan ruang ganti, musholla, aula dan wahana serta terdapat juga program hiburan. Di dalam Suncity Waterpark terdapat aneka patung hewan berukuran besar yang

mengeluarkan air dari mulutnya. Berbagai wahana kolam juga ditawarkan. Mulai kolam renang dewasa (*Adult Pool*), kolam renang anak (*Kiddy Pool*), kolam arus (*Lazy River*), Seluncur (*Water Sliding*) dan Flying Fox.

Harga tiket masuk Suncity Waterpark dibedakan yaitu Weekday (Senin-Jumat) Rp 20.000, Weekend (Sabtu-Minggu) Rp 25.000, dan Special Day (Libur Nasional) Rp 30.000. Suncity Waterpark juga menyediakan paket kolektif dan promo sehingga dapat menarik pengunjung untuk datang. Paket Kolektif yang disediakan yaitu Paket Group atau rombongan, Paket Tour De Waterpark, Paket Intrakurikuler, Paket Fun Gathering, Paket Ulang Tahun Anak, dan Paket Wedding. Sedangkan untuk paket promo yaitu paket nasi dengan harga Rp 12.000/orang dan member card Gold dan Silver. Adapula program hiburan yang disajikan oleh Suncity Waterpark yaitu Live music, Audisi band, Student performance, Senam aerobic, Gebyar kreatifitas anak dan Badut dan Fun games.

Radar Sidoarjo

Radar Sidoarjo merupakan Koran kebanggaan masyarakat Sidoarjo yang berpusat di Sidoarjo, Jawa Timur. Radar Sidoarjo dibawah naungan management Radar Surabaya yang merupakan satu perusahaan dengan Jawa Pos. Namun untuk Radar isi berita, iklan dan seksi Olahraga bersifat lokal dari masing-masing kota termasuk Sidoarjo. Radar Sidoarjo menyajikan berita, iklan dan seksi Olahraga mengenai kabupaten Sidoarjo. Manajemen radar Sidoarjo, radar-radar yang terdapat di Sidiarjo dikelola secara otonom. Termasuk dalam rekrutmen wartawan dan karyawan dilaksanakan sendiri oleh manajemen radar Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, sehingga dapat menginterpretasikan secara rinci sikap masyarakat mengenai iklan Suncity Waterpark dengan menggunakan tabel dan akan dianalisis, sehingga hasil sikap masyarakat Sidoarjo dapat tercermin dalam jawaban di lembar kuesioner.

Penelitian ini dipusatkan untuk mengetahui Sikap Masyarakat Sidoarjo terhadap Iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo. Dimana iklan Suncity Waterpark ini ditayangkan dalam Koran Radar Sidoarjo sebanyak 2 kali dalam seminggu yaitu pada hari Sabtu dan Minggu dalam waktu 1 bulan.

Variasi minat diukur berdasarkan perhatian, persepsi dan keinginan pada iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo yang mulai ditayangkan dari bulan Oktober hingga sekarang. Sikap dalam penelitian ini didefinisikan sebagai suatu perwujudan respon dari komunikasi terhadap stimulus yang diterima yang dapat memunculkan pengetahuan, sesuatu yang memberikan inovasi dalam tindakan untuk mengubah keputusan yang lebih baik yakni pada Suncity Waterpark setelah membaca iklan Suncity Waterpark di media cetak.

Adapun masyarakat Sidoarjo menjadi responden adalah yang berusia lebih dari 15 tahun karena pada usia tersebut telah mengkonsumsi periklanan di Media Massa.

Variabel sikap masyarakat Sidoarjo terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo diukur dengan komponen kognitif, afektif dan konatif. Untuk pengukuran isi pesan iklan menggunakan isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan.

Variabel sikap masyarakat Sidoarjo terhadap iklan Suncity

Waterpark di radar Sidoarjo digolongkan tiga kategori antara lain; tinggi, sedang dan rendah ditentukan berdasarkan jumlah skor, dengan rumus :

$$\text{Range (R)} : \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jenjang yang diinginkan}}$$

Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah masyarakat Sidoarjo. Subjek penelitian adalah masyarakat Sidoarjo, obyek penelitian adalah sikap masyarakat Sidoarjo terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo. Populasi yang berusia 15 tahun ke atas dan pernah melihat iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih untuk menjadi anggota sampel (Sugiyono 2011). Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin, didapatkan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh melalui data primer maupun data sekunder. Data primer yaitu data berasal dari responden melalui wawancara maupun jawaban terhadap kuesioner yang berupa pertanyaan-pertanyaan terbuka dan tertutup.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh diluar dari responden. Data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber informasi untuk mendukung pelaksanaan penelitian seperti literature, pendapat para pakar, dan data lain di luar responden.

Analisis Data

Iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo merupakan salah satu iklan pariwisata yang ada di Sidoarjo. Suncity Waterpark berdiri sejak tahun 2004 yang mempunyai pengunjung cukup banyak. Iklan Suncity Waterpark menyajikan iklan yang berbeda sesuai dengan moment di bulan tersebut. Sehingga masyarakat tidak bosan melihatnya. Suncity Waterpark yang berdiri cukup lama itu tetap menggunakan koran untuk beriklan karena merupakan promosi yang cukup efektif. Salah satu surat kabar atau koran yang digunakan yaitu Radar Sidoarjo. Dimana Radar Sidoarjo merupakan koran kebanggaan dari masyarakat Sidoarjo. Masyarakat Sidoarjo dapat melihat perkembangan kotanya melalui koran Radar Sidoarjo pula.

Penyajian Data

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah 100 responden

Tabel. 1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	46	46
Perempuan	54	54
Total	100	100

Sumber : data diolah

Karakteristik responden berdasarkan usia dengan jumlah 100 responden.

Tabel. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
15-26 Tahun	41	41
27-36 Tahun	30	30
37-46 Tahun	19	19
>46 Tahun	10	10
Total	100	100

Sumber : data diolah

Penggunaan Media

Data tentang 100 responden berdasarkan berapa kali melihat iklan Suncity Waterpark :

Tabel.3

Berapa Kali Responden melihat Iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo

Berapa kali Responden melihat iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo	Frekuensi	Presentase (%)
1-3 kali	50	50
4-6 kali	39	39
>6 kali	11	11
Total	100	100

Sumber : data diolah

Aspek Kognitif

Aspek kognitif ini menunjukkan pengetahuan dan pemahaman, serta kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Selain itu komponen ini juga tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek sikapnya. Pengetahuan ini kemudian akan memberikan keyakinan tertentu dalam diri individu terhadap objek sikap. Misalnya saja adalah

apakah responden mengetahui bahwa iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo memberikan informasi yang lengkap.

Tabel.4
Tingkat Kognitif Responden Tentang Iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo

No	Kognitif	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Tinggi	49	49
2.	Sedang	49	49
3.	Rendah	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data yang sudah diolah

Aspek Afektif

Aspek afektif yaitu menunjukkan perasaan seperti kesukaan, ketertarikan, dan kekaguman atau perasaan kebalikan dari seseorang terhadap sesuatu obyek sikap. Pada umumnya suatu reaksi emosional sebagai kompoonen afektif yang banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa saja yang kita percaya benar, misalnya rasa ketertarikan terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo.

Tabel. 5
Tingkat Daya Tarik Responden Terhadap Iklan Suncity Waterpark

No.	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Tinggi	21	21
2.	Sedang	78	78
3.	Rendah	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : Data yang sudah diolah

Aspek Konatif

Aspek konatif yang menunjukkan adanya kecenderungan dalam menanggapi obyek sikap. Kecenderungan terhadap berperilaku konsisten, selaras dengan kepercayaan dan perasaan yang membentuk sikap individual. Misalnya saja adalah setelah melihat iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo, anda memutuskan untuk berkunjung ke Suncity Waterpark, anda langsung berkunjung ke Suncity Waterpark, dll.

Tabel. 6
Tingkat Konatif Responden terhadap Iklan Suncity Waterpark

No.	Konatif	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Tinggi	36	36
2.	Sedang	61	61
3.	Rendah	3	3
Jumlah		100	100

Sumber : Data yang sudah diolah

Pengelompokkan Responden Berdasarkan Keseluruhan Aspek Sikap

Berikut ini data pengelompokkan responden berdasarkan keseluruhan aspek sikap, mulai dari aspek kognitif, afektif dan konatif :

Tabel7
Pengelompokkan Responden Berdasarkan Keseluruhan Aspek Sikap

No.	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Tinggi	42	42
2.	Sedang	58	58
3.	Rendah	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Data yang sudah diolah

KESIMPULAN

Dari analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Aspek kognitif, dalam penelitian ini aspek kognitif masyarakat terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo adalah sedang. Aspek kognitif dalam melihat iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo, berorientasi ingin mengetahui bagaimana respon dari masyarakat setelah mendapatkan informasi yang diiklankan di Radar Sidoarjo. Aspek kognitif berada pada posisi sedang dikarenakan tanggapan responden dengan melihat iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo biasa-biasa saja dalam menanggapi iklan tersebut. Namun responden memikirkan kembali untuk berkunjung di waktu luang.
2. Aspek afektif responden berada pada kategori sedang, hal ini dikarenakan bahwa setiap responden memiliki ketertarikan terhadap iklan Suncity Waterpark yang biasa-biasa saja berada pada titik tengah antara tinggi dan rendah. Responden tertarik dengan iklan dari Suncity Waterpark yang memberikan informasi letak lokasi yang strategis di kawasan Suncity Mall yang berada di jantung kota. Namun responden juga tidak memberikan respon ketertarikan yang rendah terhadap iklan Suncity Waterpark tersebut. Responden tidak menggebu-gebu untuk tertarik datang tetapi responden tetap menanggapi dengan baik iklan tersebut.
3. Aspek konatif dalam penelitian ini berada pada kategori sedang. Sebagian besar responden bersikap biasa-biasa saja terhadap iklan tersebut. Kecenderungan berperilaku responden sedang-sedang saja.

Namun responden merasa tertarik untuk berkunjung ke Suncity Waterpark. Dan tidak ada tanggapan yang tidak baik terhadap iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo.

4. Aspek keseluruhan sikap dalam penelitian ini berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sikap responden dalam melihat iklan ini berada pada titik tengah antara tinggi dan rendah sehingga sikap yang ditimbulkan responden tidak terlalu menganggap penting iklan ini namun masyarakat Sidoarjo merasa tertarik untuk mengunjungi Suncity Waterpark. Responden belum mempunyai keputusan untuk langsung berkunjung setelah melihat iklan di Radar Sidoarjo tetapi responden tetap berencana untuk berkunjung pada waktu luang. Dengan demikian masyarakat Sidoarjo memiliki pengetahuan tentang Suncity Waterpark yang tinggi dan sedang secara seimbang. Sikap masyarakat Sidoarjo yang sedang juga ditunjukkan dengan adanya ketertarikan dengan iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo dan cenderung bertindak sesuai dengan keinginan masing-masing responden. Hal ini didukung temuan di lapangan yaitu adanya iklan Suncity Waterpark menyebabkan responden mendapatkan pengetahuan tentang profil, harga tiket masuk, jam buka dan wahana yang ada di Suncity Waterpark dari Radar Sidoarjo serta mempunyai ketertarikan yang sedang dalam menanggapi iklan tersebut sehingga responden memiliki kecenderungan untuk berkunjung, membeli tiket masuk, datang pada jam buka dan menggunakan wahana yang ada di Suncity Waterpark.

DAFTAR REFERENSI

- Aesthetika Nur Maghfirah. 2012. Strategi Promosi Wisata Pulau Bawean Melalui Event Festival Molod Bawean. *Kanal. Vol.1 No.1 September 2012. Hal. 1-101.*
- Azwar, Saifuddin. 2008. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bungin, Burhan. 2001. Erotika Media Massa. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Cangara, Hafied. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [Elteawly, Ilmu 2005, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung ; PT. Citra Aditya Bakti,Cet.III.](#)
- Jalaludin, Rakhmat, 2005. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi.* Bandung : Remaja Rosdakarya.
- [1999. Metode Penelitian Komunikasi.](#) Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. 1997. Periklanan.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2006. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Phillip, Keller, Kevin Lane. 2006. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniadi Fredy & Hariyanto Didik. 2013. Strategi Komunikasi Pemasaran *Medical Representative. Kanal. Vol.1 No.2 Maret 2013. Hal. 111-220*
- Mardjadikara, 2004. Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan Bimbingan Praktis Penulisan Naskah Iklan Copywriting. Jakarta: Gramedia pustaka Utama
- McQuail, Denis. 1991. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Edisi II. Jakarta. Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Terpadu. Edisi 5 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [Sugiyono, 2011 Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.](#) Bandung: ALFABETA.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. 2013. Sidoarjo Dalam Angka 2014.
- Non Buku**
- Wawancara dengan Nur Habiba Ailatat, selaku chief marketing Suncity Waterpark pada 17 November 2014. Pukul 14.30 WIB
Radar Sidoarjo
<http://www.wisatasidoarjo.com/sun-city-waterpark/>
(diakses tanggal 1 Oktober 2014)
- <http://anumarini.wordpress.com/2010/05/09/periklanan/> (diakses tanggal 6 Oktober 2014)
- <http://basic-advertising.blogspot.com/2009/06/fungsi-tujuan-dan-dampak-periklanan.html>

Sika Masyarakat Sidoarjo terhadap Iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Forum Komunikasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen Indonesia (FKPPTKI) Student Paper	2%
2	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	2%
3	media.neliti.com Internet Source	2%
4	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

Sika Masyarakat Sidoarjo terhadap Iklan Suncity Waterpark di Radar Sidoarjo

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
