



Hubungan Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS dan Terpaan *Word of Mouth* dengan Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Rhola Bachtiar Raharjo

NIM : 14030116140063

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rhola Bachtiar Raharjo
NIM : 14030116140063
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir skripsi yang saya susun dengan judul :

Hubungan Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS dan Terpaan *Word of Mouth* dengan Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia

adalah benar benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjana)

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, untuk dapat dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 14 Desember 2020



Rhola Bachtiar Raharjo

NIM. 14030116140063

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS dan Terpaan *Word of Mouth* dengan Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia

Nama : Rhola Bachtiar Raharjo

NIM : 14030116140063

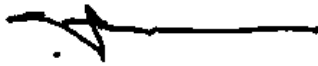
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 14 November 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP

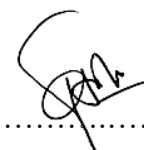
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin

NIP. 19640827 199001 1 001

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Tandiyono Pradekso, M.Si



(.....)

Dosen Penguji Skripsi :

1. Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si



(.....)

2. Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M



(.....)

3. Drs. Tandiyono Pradekso, M.Si



(.....)

HALAMAN MOTTO

**“DAHULUKAN TUHANMU, KEMUDIAN ORANG
TUAMU, SETELAH ITU ORANG DISEKITARMU”**

“NEVER GIVE UP”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, untuk itu penulis ingin memberikan ucapan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan doa dan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Pertama - tama, penulis ingin mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Setiap hari penulis mengucapkan rasa syukur atas rahmatmu telah mengirimkan orang baik yang terus mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Penulis mengucapkan banyak terima kasih tentunya kepada Bapak, Ibu dan Adek tersayang yang selama ini selalu mendukung penulis menjadi sosok yang kuat dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan apapun termasuk skripsi. Teruntuk Ibu penulis ucapkan terima kasih banyak yang telah mensupport penulis, menyemangati serta memberikan solusi dalam masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai. Penulis ucapkan terima kasih karena telah menjadi tempat berkeluh kesah dalam pengerjaan skripsi ini tanpa bantuan serta doa penulis tidak dapat menyelesaikan ini semua dengan mudah.
3. Dr. Hardi Warsono, MTO selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
4. S. Rouli Manalu, S.Sos., M.Commst., Ph.D, selaku Kepala Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro

5. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc selaku dosen pembimbing dan panutan penulis yang sabar, ikhlas memberikan bimbingan serta arahan dalam menyusun skripsi Terimakasih banyak kepada mas Tandiyo atas ilmu yang telah engkau berikan, saya dapat belajar menjadi mahasiswa yang lebih kritis dan mandiri dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr, Adi Nugroho, M.Si dan Nuriyatul Lailiyah, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen wali, terima kasih banyak telah membantu perwalian dan akademik selama kuliah
7. Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si dan Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M selaku dosen penguji saya. Terima kasih atas masukan, nasihat dan bimbingannya telah berikan kepada saya sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teruntuk teman sepermainanku yang saat bermain, Terima kasih telah membantu dalam menyusun skripsi serta menghiburku, sehingga saat ini bisa menjalani skripsi dengan lancar, kemudian terima kasih sudah menjadi teman bermainku yang ada saat aku butuh bermain bersama.
9. Teruntuk teman badmintonku terima kasih telah mengajakku bermain hal tersebut membuatku bahagia bertemu dengan kalian
10. Teruntuk teman seperbimbingan mas Tandiyo, terima kasih atas doa dan dukungannya kepada penulis, selalu semangat dan terus berjuang, sukses selalu untuk kita semua
11. Teruntuk teman-teman KKN Desa Sokawangi, Pemalang. Terimakasih sudah menjadi keluarga selama 42 hari yang penuh dengan kesan dan keseruan meskipun pertemuan dalam waktu yang singkat namun kita telah menjadi keluarga selama 42 hari di Desa Sokawangi.

12. Teruntuk teman-teman Ilmu Komunikasi 2016, terima kasih untuk kalian semua sudah menjadi teman yang berkenan selama kuliah. Sehingga hari hari perkuliahan menjadi menyenangkan dapat saling bantu sama lain.
13. Teruntuk teman-teman yang ada saat aku tanya tugas, skripsi, teman magang, teman sefrekusensi, teman onlineku, teman nongkrong, teman ngopi terima kasih untuk kalian semua telah membantu penulis, memberikan solusi dan jawaban sehingga dimudahkan dalam pembuatan skripsi
14. Terima kasih game Mobile Legend bang bang yang telah menemaniku saat pengerjaan skripsi,. Sehingga dalam pengerjaan skripsi ini kembali bahagia dan senang
15. Teruntuk pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungan kalian semua hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga doa baik juga menyertai kalian semua.
16. Terima kasih sebesar-besarnya teruntuk Rhola Bachtiar Raharjo yang telah bekerja keras, tidak patah semangat dan bertahan sampai saat ini serta dengan tegar menghadapi masalah dan cobaan saat pengerjaan skripsi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Judul : Hubungan Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS dan Terpaan *word of mouth* dengan minat menggunakan aplikasi Tokopedia

Nama : Rhola Bachtiar Raharjo

NIM : 14030116 140063

Beriklan merupakan strategi pemasaran yang saat ini banyak dipilih oleh perusahaan *e commerce* untuk menarik konsumen, Tokopedia bersama BTS mengiklankan layanannya di berbagai media hal ini untuk menarik konsumen, namun iklan tersebut diberitakan berkonten LGBT dan menuai pro dan kontra dimasyarakat. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan aplikasi Tokopedia yang turun pada peringkat kedua. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan terpaan berita iklan Tokopedia BTS dan terpaan *word of mouth* dengan minat menggunakan aplikasi Tokopedia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efek media massa dan *Theory Reasoned Action*. Teknik sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden dengan karakteristik berusia 17 -34 tahun pernah membaca berita iklan Tokopedia BTS. analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis *pearson corelatino*.

Hasil penelitian menunjukkan hubungan terpaan berita iklan Tokopedia BTS dengan minat menggunakan aplikasi Tokopedia memiliki hubungan yang signifikan, dimana nilai signifikansi yaitu $0.012 < 0.05$ dan koefisien korelasi sebesar 0.354 yang berarti terdapat hubungan positif antara terpaan berita iklan Tokopedia BTS dengan minat menggunakan aplikasi Tokopedia. selanjutnya terpaan *word of mouth* dengan minat menggunakan aplikasi Tokopedia juga memiliki hubungan yang signifikan dimana nilai signifikansi hubungan $0.019 < 0.05$ dan koefisien korelasi 0.330 artinya terdapat hubungan positif antara terpaan *word of mouth* dengan minat menggunakan aplikasi Tokopedia.

Kata Kunci : Terpaan Media, Terpaan *Word of Mouth* dan Minat Menggunakan

ABSTRACT

Title : Relationship of Tokopedia BTS Advertising News Exposure and word of mouth with interest in using the Tokopedia application

Name : Rhola Bachtiar Raharjo

NIM : 14030116 140063

Advertising is a marketing strategy that is currently being chosen by many e-commerce companies to attract consumers, Tokopedia and BTS advertise its services in various media to attract consumers, however, these advertisements are reported to be LGBT content and reap pros and cons in the community. This can be seen from the use of the Tokopedia application, which fell to second place. The purpose of this study was to determine how the relationship between Tokopedia BTS ad news exposure and word of mouth exposure with the interest in using the Tokopedia application. The theory used in this research is the theory of mass media effects and Theory Reasoned Action. The sample technique used is non-probability sampling. The number of samples in this study were 50 respondents with the characteristics aged 17-34 years who had read the news advertising Tokopedia BTS. Data analysis used in this research is the Pearson Correlation analysis test.

The results showed that the relationship between Tokopedia BTS advertising news exposure and interest in using the Tokopedia application had a significant relationship, where the significance value was $0.012 < 0.05$ and the correlation coefficient was 0.354, which means that there is a positive relationship between exposure to Tokopedia BTS ad news and interest in using the Tokopedia application. Furthermore, word of mouth exposure with the interest in using the Tokopedia application also has a significant relationship where the significance value of the relationship is $0.019 < 0.05$ and the correlation efficiency is 0.330 meaning that there is a positive relationship between word of mouth exposure and the interest in using the Tokopedia application.

Keywords: Media Exposure, Word of Mouth Exposure and Using Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Hubungan Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS dan Terpaan *Word of Mouth* dengan Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan terpaan berita dapat mempengaruhi minat seseorang.

Peneliti berdasar penelitian ini dapat memberikan kontribusi keilmuan komunikasi serta memberikan pemahaman pada masyarakat bagaimana media mengkonstruksikan realitas pemberitaan dan komunikasi *word of mouth* sehingga mempengaruhi seseorang. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Maka dalam kesempatan ini penulis berharap kritik dan saran yang dapat membangun penulis selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat berguna sebaik baiknya dan memberikan manfaat bagi pembaca. Terima kasih

Semarang, 14 Desember 2020



Rhola Bachtiar Raharjo

NIM. 14030116140063

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.4.3 Manfaat Sosial	9
1.5 Kerangka Teori	9
1.5.1 State Of The art.....	9
1.5.2 Terpaan Media	13
1.5.3 Terpaan <i>Word of Mouth</i>	14
1.5.4 Minat Menggunakan	14
1.5.5 Hubungan Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS dengan Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia.....	15
1.5.6 Hubungan Terpaan <i>Word Of Mouth</i> dengan Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia	17
1.6 Hipotesis	17
1.7 Definisi Konseptual	18

1.7.1 Terpaan Berita Iklan Tokopedia x BTS	18
1.7.2 Terpaan <i>Word Of Mouth</i>	18
1.7.3 Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia.....	18
1.8 Definisi Operasional	18
1.8.1 Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS	18
1.8.2 Terpaan <i>Word Of Mouth</i>	19
1.8.3 Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia.....	19
1.9 Metode penelitian.....	19
1.9.1 Tipe Penelitian	19
1.9.2 Populasi dan Sampel	19
1.9.3 Teknik Sampling	20
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	20
1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data	21
1.9.6 Teknik Pengolahan Data	21
1.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	22
1.9.8 Analisis Data	22
BAB II TERPAAN BERITA IKLAN TOKOPEDIA BTS DAN TERPAAN <i>WORD OF MOUTH</i> DENGAN MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI TOKOPEDIA.....	23
2.1 Identitas Responden	23
2.1.1 Usia Responden	23
2.1.2 Jenis Kelamin.....	24
2.1.3 Perkerjaan	25
2.1.4 Pengeluaran.....	25
2.2 Variabel Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS	26
2.2.1 Pengetahuan responden terhadap isi berita tentang iklan Tokopedia BTS	26
2.2.2 Pengetahuan responden tentang berita iklan Tokopedia BTS saat viral di media massa.....	27
2.2.3 Pengetahuan responden tentang kegiatan yang dilakukan laki selain menuntut diturunkan berita iklan Tokopedia BTS.....	28
2.2.4 Pengetahuan responden penyebab terjadinya berita iklan Tokopedia BTS	29
2.2.5 Pengetahuan responden tentang faktor lain penyebab berita iklan Tokopedia BTS 30	
2.2.6 Pengetahuan responden tentang tuntutan diturunkan iklan Tokopedia BTS	31
2.2.7 Pengetahuan responden tentang tidak setuju atas tuduhan LGBT	32
2.2.8 Pengetahuan responden tentang yang terlibat dalam berita iklan Tokopedia BTS ..	33

2.2.9 Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS	34
2.3 Variabel Terpaan <i>Word Of Mouth</i>	35
2.3.1 Pengetahuan responden tentang jenis informasi	35
2.3.2 Pengetahuan responden tentang masalah yang dibicarakan dalam berita iklan Tokopedia BTS	36
2.3.3 Sumber informasi yang di dapat mengenai pemberitaan iklan Tokopedia BTS.....	37
2.3.4 Arah rekomendasi yang didapat responden saat melakukan diskusi	38
2.3.5 Terpaan <i>Word of Mouth</i>	38
2.4 Variabel Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia	39
2.4.1 Responden merekomendasikan aplikasi Tokopedia kepada orang lain	40
2.4.2 Informasi yang di cari tentang aplikasi Tokopedia	40
2.4.3 Responden tertarik menggunakan aplikasi Tokopedia	41
2.4.3 Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia.....	41
BAB III HUBUNGAN TERPAAN BERITA IKLAN TOKOPEDIA BTS DAN TERPAAN WORD OF MOUTH DENGAN MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI TOKOPEDIA.....	43
3.1 Uji Hipotesis	43
3.1.1 Hubungan antara Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS dan Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia	44
3.1.2 Hubungan Terpaan <i>Word of Mouth</i> dengan Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia	46
3.2 Pembahasan.....	47
3.2.1 Analisis Hubungan antara Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS (X1) dengan Minat menggunakan aplikasi Tokopedia (Y)	47
3.2.2 Hubungan Terpaan <i>Word of Mouth</i> dengan Minat menggunakan Aplikasi Tokopedia	49
BAB IV PENUTUP	51
4.1 Kesimpulan	51
4.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2.....	6

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1.....	23
Diagram 2.2.....	24
Diagram 2.3.....	25
Diagram 2.4.....	25
Diagram 2.5.....	26
Diagram 2.6	27
Diagram 2.7.....	28
Diagram 2.8.....	29
Diagram 2.9.....	30
Diagram 2.10.....	31
Diagram 2.11.....	32
Diagram 2.12.....	34
Diagram 2.13.....	35
Diagram 2.14	36
Diagram 2.15.....	38
Diagram 2.16.....	39
Diagram 2.17.....	40
Siagram 2.18.....	41
Diagram 2.19.....	42

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1.....	33
Grafik 2.2.....	37
Grafik 2.3.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	45
Tabel 3.2.....	46