

## BAB II

### TERPAAN BERITA IKLAN TOKOPEDIA BTS DAN TERPAAN *WORD OF MOUTH* DENGAN MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI TOKOPEDIA

Pada bab II akan menjelaskan penelitian tentang terpaan berita iklan Tokopedia BTS dan terpaan *word of mouth*, dan minat menggunakan aplikasi Tokopedia. Dalam penelitian ini terdapat 50 responden dengan kriteria berusia 17-34 tahun, pernah mengikuti pemberitaan tentang iklan Tokopedia BTS, dan berdiskusi mengenai pemberitaan tersebut.

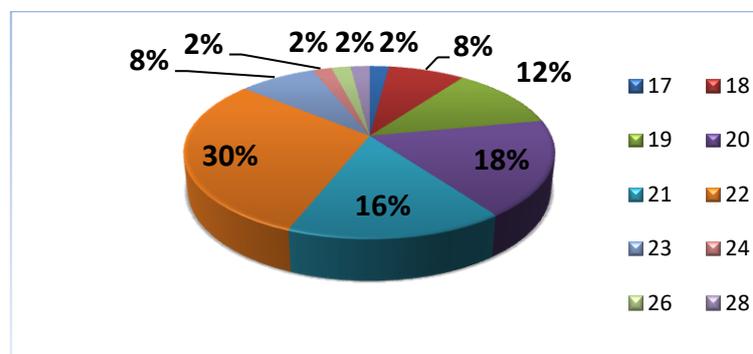
#### 2.1 Identitas Responden

Sebelum menjelaskan mengenai terpaan berita iklan Tokopedia BTS dan terpaan *word of mouth* dengan minat menggunakan aplikasi Tokopedia, maka akan dijelaskan mengenai usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pengeluaran.

##### 2.1.1 Usia Responden

Diagram 2.1

Usia

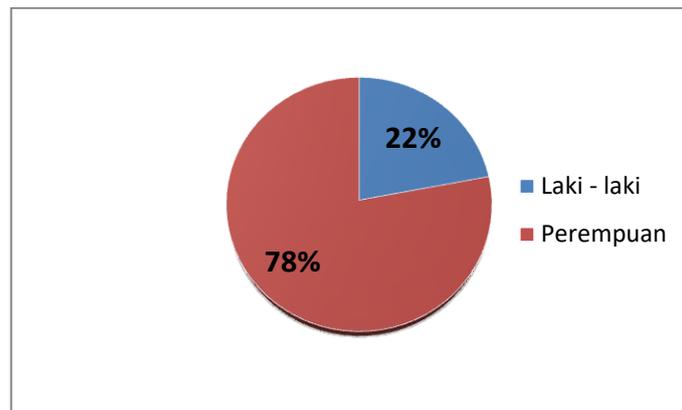


Dari diagram 2.1, diketahui mayoritas responden berusia 22 tahun, diikuti dengan responden berusia 20 dan 21.

### 2.1.2 Jenis Kelamin

**Diagram 2.2**

**Jenis Kelamin**

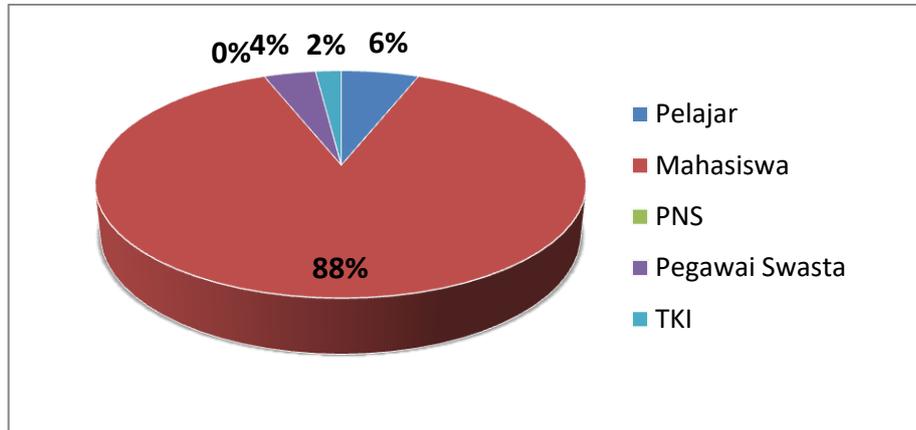


Dari diagram 2.2 diatas, dapat diketahui mayoritas responden yang diteliti merupakan perempuan

### 2.1.3 Perkerjaan

Diagram 2.3

#### Pekerjaan

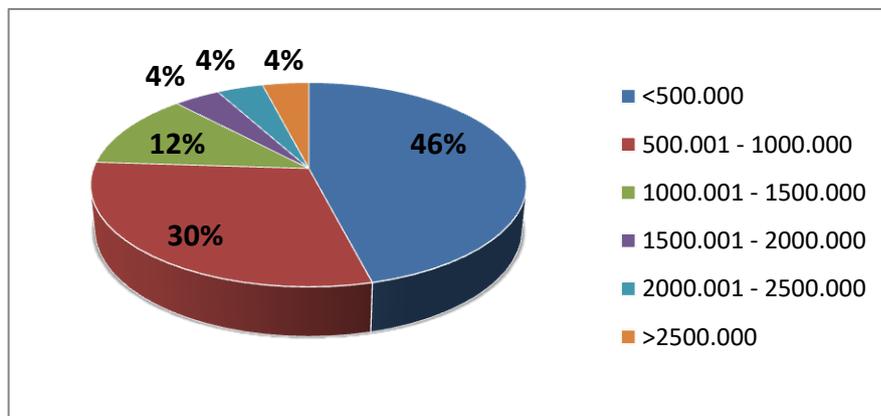


Berdasarkan diagram 2.3, dapat diketahui mayoritas responden merupakan seorang mahasiswa, selanjutnya diikuti sebagai seorang pelajar, pegawai swasta, dan terdapat responden yang menjawab lainnya yaitu sebagai TKI.

### 2.1.4 Pengeluaran

Diagram 2.4

#### Pengeluaran



Berdasarkan diagram 2.4, dapat diketahui pengeluaran responden bervariasi, mayoritas pengeluaran responden <500.000, kemudian diikuti dengan responden dengan jumlah pengeluaran antara 500.001 – 1000.000, dan pengeluaran antara 1000.001 – 1500.000.

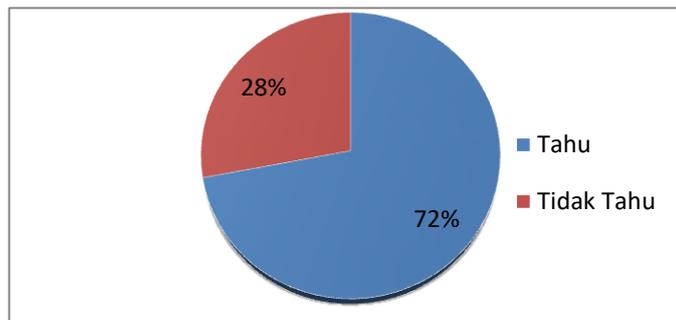
## 2.2 Variabel Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS

Pada variabel ini, pengukuran variabel terpaan berita iklan Tokopedia BTS dilakukan dengan tiga indikator dengan delapan pertanyaan. Berikut adalah penjabarannya :

### 2.2.1 Pengetahuan responden terhadap isi berita tentang iklan Tokopedia BTS

**Diagram 2.5**

**Pengetahuan mengenai isi berita tentang iklan Tokopedia BTS**

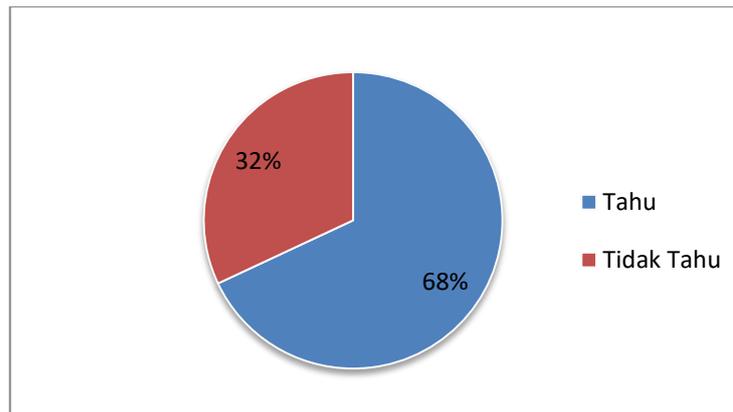


Dari diagram 2.5, dapat dilihat bahwa mayoritas responden mengetahui isi berita iklan Tokopedia BTS, yaitu “Laksi (Lembaga Advokasi Kajian Strategis Indonesia) menuntut untuk menarik seluruh iklan Tokopedia BTS di berbagai media”. Sedangkan terdapat responden yang tidak mengetahui, diantaranya memilih “iklan Tokopedia BTS menjadi terbaik” dan “BTS menjadi brand ambassador Tokopedia”.

### 2.2.2 Pengetahuan responden tentang berita iklan Tokopedia BTS saat viral di media massa

Diagram 2.6

Pengetahuan tentang berita iklan Tokopedia BTS viral di media massa

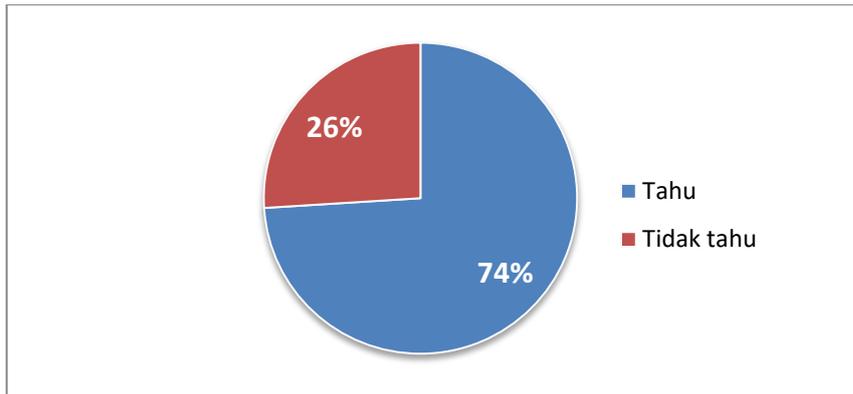


Dari diagram 2.6, dapat dilihat bahwa mayoritas responden mengetahui tentang pertanyaan apa yang terjadi pada pemberitaan iklan Tokopedia BTS yang viral di media massa, hal tersebut terlihat dari jawaban mayoritas responden yaitu “penggemar BTS ARMY menyerbu laksi dan melaporkan lembaga tersebut kepada agensi BTS”. Sedangkan terdapat responden yang memilih jawaban yang salah, diantaranya memilih “Tokopedia mencabut iklan”, “KPI mengabulkan tuntutan untuk mencabut iklan Tokopedia” dan “Laksi (lembaga Advokasi Kajian Strategis Indonesia) mencabut tuntutan”.

### 2.2.3 Pengetahuan responden tentang kegiatan yang dilakukan laksi selain menuntut diturunkan berita iklan Tokopedia BTS

Diagram 2.7

#### Pengetahuan tentang aksi yang dilakukan Laksi

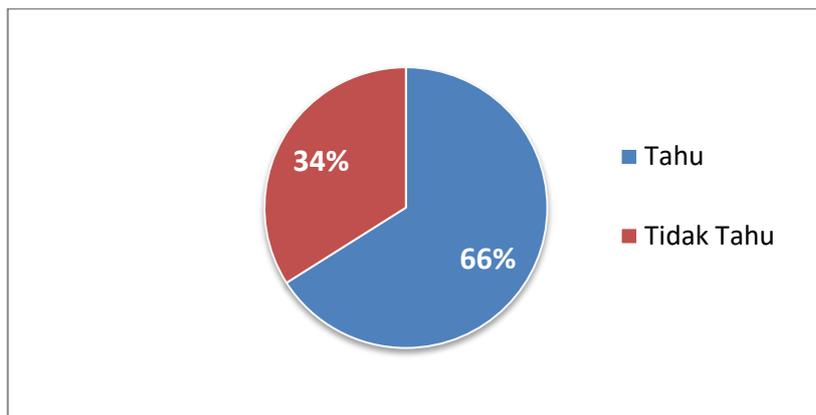


Dari diagram 2.7 diatas, diketahui mayoritas responden dapat tahu tentang aksi yang dilakukan laksi selain menuntut diturunkannya iklan Tokopedia BTS, hal ini terlihat dari jawaban mayoritas responden yaitu “melakukan aksi boikot diturunkannya iklan Tokopedia”. Sedangkan terdapat responden yang memilih jawaban yang salah, diantaranya memilih “melakukan aksi mogok makan”, “melarang menggunakan Tokopedia” dan “melarang mengikuti boyband Korea”

## 2.2.4 Pengetahuan responden penyebab terjadinya berita iklan Tokopedia BTS

Diagram 2.8

### Pengetahuan tentang penyebab terjadinya berita iklan Tokopedia BTS



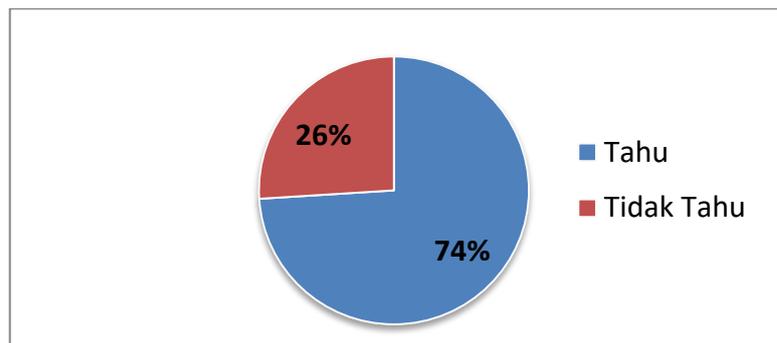
Dari diagram 2,8, diketahui mayoritas responden tahu penyebab terjadinya masalah pada berita iklan Tokopedia BTS, hal ini terlihat dari jawaban mayoritas responden yaitu "tuduhan iklan Tokopedia BTS berkonten LGBT", Sedangkan terdapat responden yang memilih jawaban yang salah, diantaranya memilih "Tuduhan iklan Tokopedia BTS berkonten sara", "Iklan Tokopedia BTS menyebarkan kejelekan" dan "iklan Tokopedia BTS kalahkan Shopee"

## 2.2.5 Pengetahuan responden tentang faktor lain penyebab berita iklan

### Tokopedia BTS

Diagram 2.9

#### Pengetahuan tentang faktor lain penyebab terjadinya berita

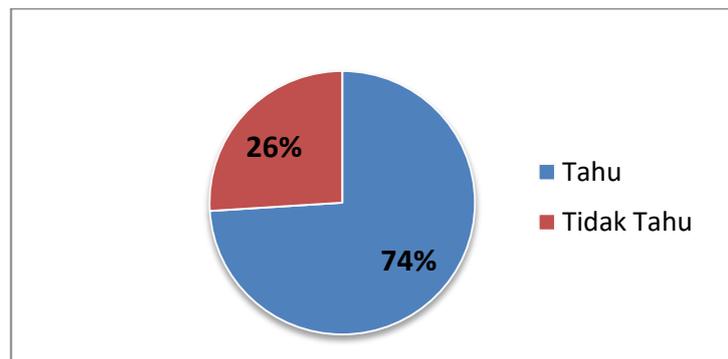


Dari diagram 2.9, diketahui mayoritas responden tahu faktor lain penyebab masalah pada pemberitaan iklan Tokopedia BTS, hal ini terlihat dari jawaban mayoritas responden yaitu “Boy band Korea Selatan menunjukkan dukungan mereka terhadap sikap LGBT”. Namun terdapat responden memilih jawaban yang salah, diantaranya memilih “Jin BTS terkena kasus sara”, dan “BTS merupakan Boyband Korea Selatan”

## 2.2.6 Pengetahuan responden tentang tuntutan diturunkan iklan Tokopedia BTS

Diagram 2.10

### Pengetahuan tentang tuntutan diturunkan iklan Tokopedia BTS

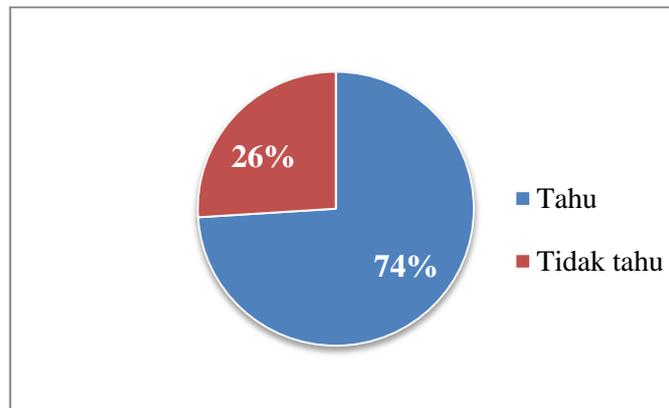


Berdasarkan diagram 2.10, diketahui mayoritas responden tahu tentang pertanyaan kepada siapa tuntutan diturunkan iklan Tokopedia BTS ditujukan, hal tersebut dilihat dari jawaban mayoritas responden yaitu “KPI”. Namun terdapat responden yang memilih jawaban yang salah, yaitu dengan memilih “Tokopedia”, “Army” dan “Shopee”.

### 2.2.7 Pengetahuan responden tentang tidak setuju atas tuduhan LGBT

Diagram 2.11

Pengetahuan tentang tidak setuju tuduhan LGBT



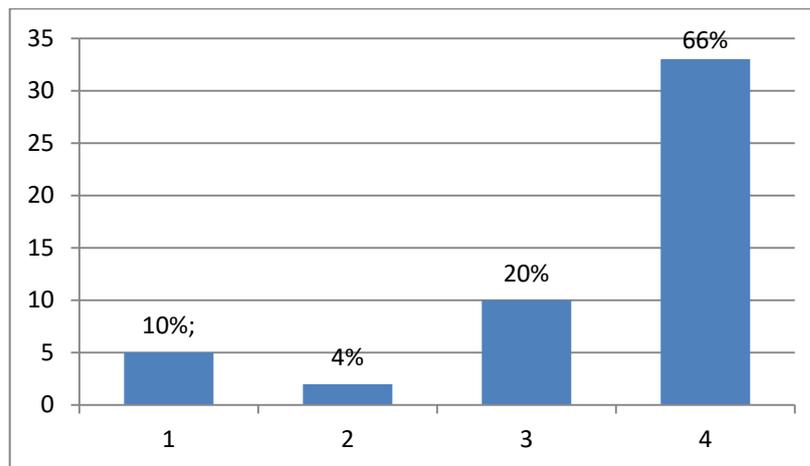
Berdasarkan diagram 2.11, dapat dilihat mayoritas responden mengetahui tentang pertanyaan siapa yang tidak setuju atas tuduhan LGBT iklan Tokopedia BTS. Hal tersebut dilihat dari jawaban mayoritas responden yaitu “Army”. Sedangkan terdapat responden yang memilih jawaban yang salah, diantaranya memilih “Tokopedia” dan “Laksi”

## 2.2.8 Pengetahuan responden tentang yang terlibat dalam berita iklan

### Tokopedia BTS

Grafik 2.1

#### Pengetahuan tentang yang terlibat dalam berita iklan Tokopedia BTS



Berdasarkan grafik 2.1, dapat dilihat mayoritas responden tahu siapa saja yang terlibat dalam berita tentang iklan Tokopedia BTS dengan menjawab empat jawaban yang benar, dalam penelitian ini, responden dapat menyebutkan empat jawaban dengan benar, kemudian diikuti dapat menjawab tiga jawaban benar, kemudian satu jawaban benar dan yang paling sedikit hanya dapat menjawab dua jawaban dengan benar. Adapun ke empat pilihan jawaban yang benar yaitu Laksi, Tokopedia, BTS dan Army.

## 2.2.9 Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS

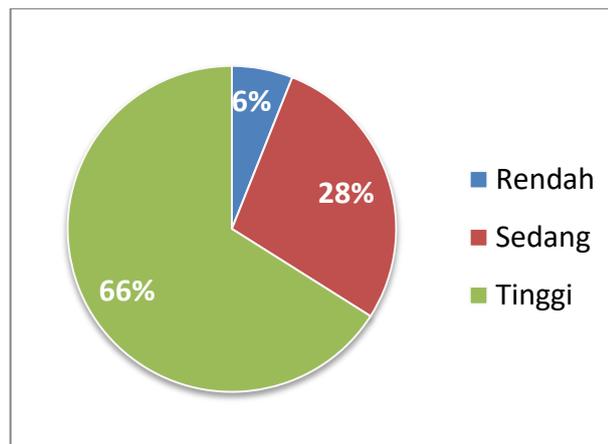
Dari hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan indikator terpaan berita iklan Tokopedia BTS, maka akan diperoleh jumlah nilai yang berasal dari nilai pada masing masing pertanyaan. Pada penelitian ini jumlah nilai tertinggi 11 dan

terendah 1. Dalam menghitung terpaan berita iklan Tokopedia BTS dikelompokkan menjadi tiga kategori diantaranya rendah, sedang dan tinggi. Kategori ini guna mengetahui tinggi - rendahnya terpaan berita iklan Tokopedia

- Nilai 0 – 3 berarti kategori rendah
- Nilai 4 - 7 berarti kategori sedang
- Nilai 8 - 11 berarti kategori tinggi

**Diagram 2.12**

**Terpaan Berita Iklan Tokopedia BTS**



Berdasarkan diagram 2.12, diketahui mayoritas responden terkena terpaan berita iklan Tokopedia BTS pada kategori tinggi, diikuti responden terkena terpaan sedang.

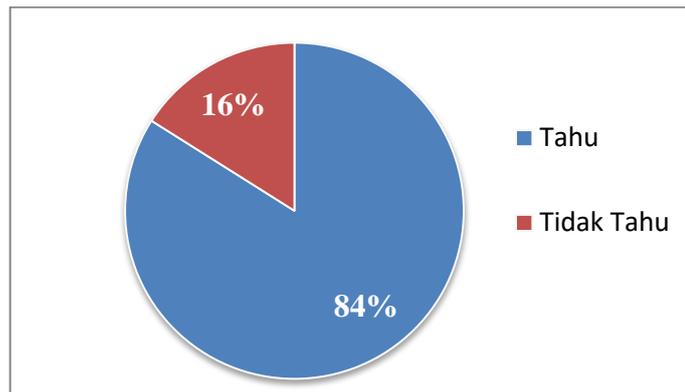
### **2.3 Variabel Terpaan *Word Of Mouth***

Pada variabel terpaan *word of mouth* akan diukur melalui tiga indikator dengan empat buah pertanyaan. Berikut adalah penjabarannya :

### 2.3.1 Pengetahuan responden tentang jenis informasi

Diagram 2.13

Pengetahuan tentang jenis informasi

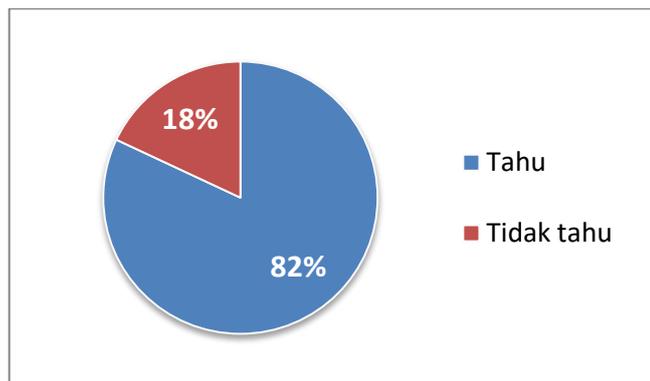


Dari diagram 2.13, diketahui mayoritas responden tahu jenis informasi yang dibicarakan dalam berita iklan Tokopedia BTS. Hal ini terlihat jawaban sebagian besar responden yaitu tentang “iklan Tokopedia”. Namun terdapat responden yang tidak mengetahui tentang jenis informasi yang dibicarakan, diantaranya memilih “kualitas Tokopedia” dan “brand ambassador Tokopedia”.

### 2.3.2 Pengetahuan responden tentang masalah yang dibicarakan dalam berita iklan Tokopedia BTS

Diagram 2.14

#### Pengetahuan tentang masalah yang dibicarakan



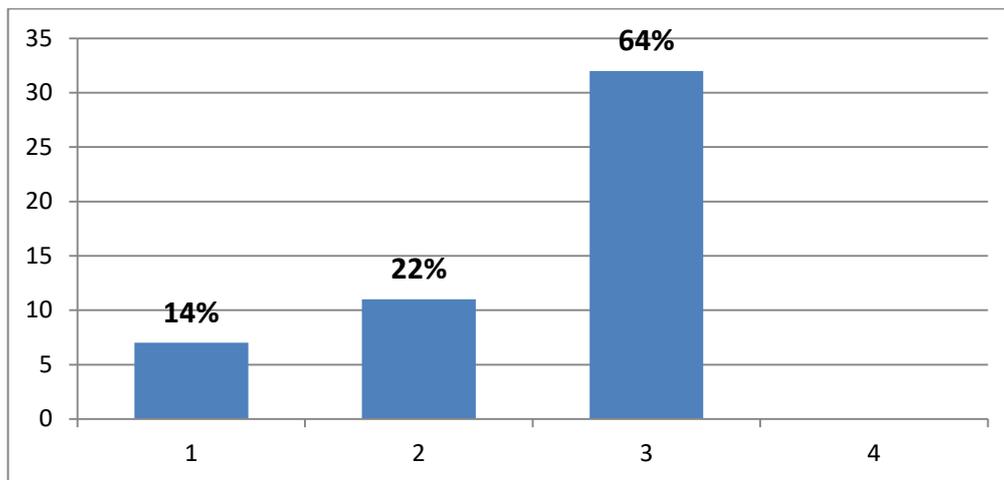
Dari diagram 2.14, diketahui mayoritas responden tahu masalah yang dibicarakan pada berita iklan Tokopedia BTS, yaitu masalah "tuduhan LGBT iklan Tokopedia BTS". Selain itu terdapat responden yang tidak mengetahui masalah yang dibicarakan dengan memilih jawaban yang salah, diantaranya memilih "Brand ambassador Tokopedia", "Laksi diserbu Army" dan "BTS menjadi brand ambassador Tokopedia".

### 2.3.3 Sumber informasi yang di dapat mengenai pemberitaan iklan

#### Tokopedia BTS

Grafik 2.2

Sumber informasi

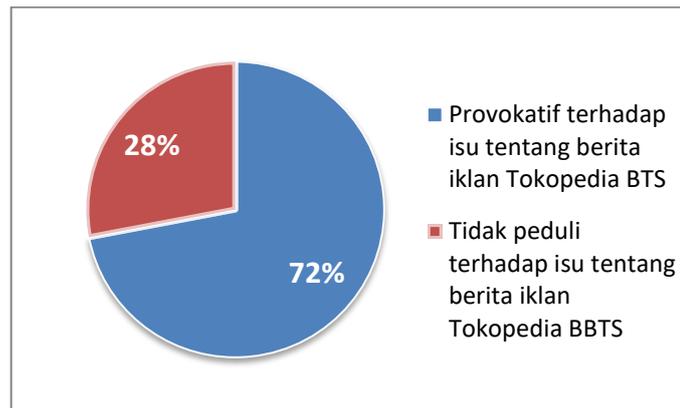


Dari grafik 2.2, diketahui mayoritas responden mendapat informasi tentang berita iklan Tokopedia BTS dari tiga berbeda sumber informasi. Adapun responden yang mendapat informasi dari dua sumber dan satu sumber informasi. Selain itu sumber informasi yang diperoleh responden mayoritas berasal dari teman, karena dapat dilihat mayoritas responden berusia 20, 21 dan 22 tahun yang mana lebih banyak bergaul dengan teman sebaya, kemudian diikuti informasi yang didapat responden berasal dari keluarga, komunitas dan orang lain

### 2.3.4 Arah rekomendasi yang didapat responden saat melakukan diskusi

Diagram 2.15

#### Arah rekomendasi



Dari diagram 2.15 diatas, diketahui mayoritas responden menunjukkan sikap provokatif terhadap isu tentang berita iklan Tokopedia BTS, hal ini menunjukkan bahwa isu tentang tuduhan LGBT iklan Tokopedia BTS menimbulkan pro dan kontra.

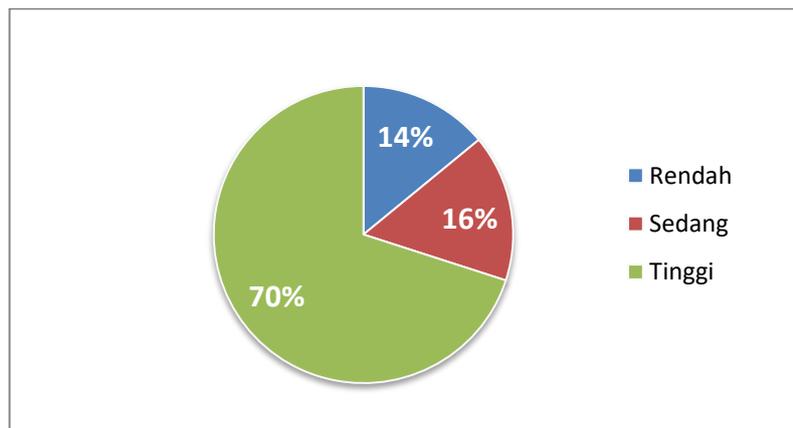
### 2.3.5 Terpaan Word of Mouth

Dari hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan indikator terpaan *word of mouth*, maka akan diperoleh jumlah nilai yang berasal dari nilai masing masing pertanyaan. Pada penelitian ini jumlah nilai tertinggi 7 dan terendah 1. Dalam menghitung terpaan *word of mouth* dikelompokan menjadi tiga kategori diantaranya rendah, sedang dan tinggi. Kategori ini guna mengetahui tinggi rendahnya terpaan *word of mouth*

- Nilai 0 – 2 berarti kategori rendah
- Nilai 3 - 4 berarti kategori sedang
- Nilai 5 - 7 berarti kategori tinggi

**Diagram 2.16**

**Terpaan *Word of Mouth***



Berdasarkan diagram 2.16, diketahui hasil pengujian beberapa indikator untuk terpaan *word of mouth*, masing masing memiliki nilai yang berbeda - beda, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden terterpa *word of mouth* pada kategori tinggi..

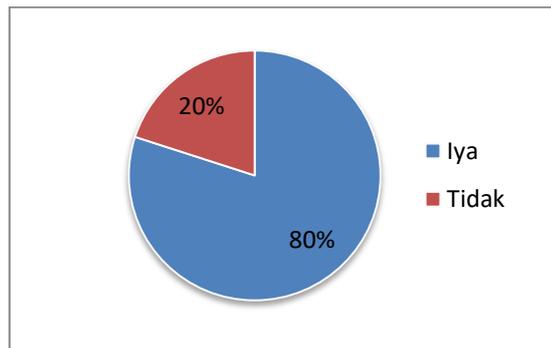
#### **2.4 Variabel Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia**

Di dalam penelitian ini, pengukuran variabel minat menggunakan aplikasi Tokopedia dilakukan melalui dua indikator dengan tiga buah pertanyaan. Berikut adalah penjabarannya :

#### 2.4.1 Responden merekomendasikan aplikasi Tokopedia kepada orang lain

Digram 2.17

##### Merekomendasikan aplikasi Tokopedia

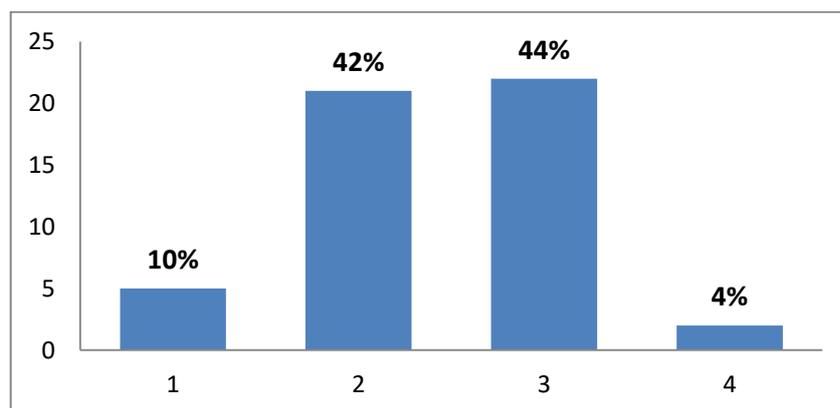


Berdasarkan diagram 2.17, dapat dilihat mayoritas responden tidak akan merekomendasikan aplikasi Tokopedia kepada orang lain.

#### 2.4.2 Informasi yang di cari tentang aplikasi Tokopedia

Grafik 2.3

##### Informasi Tokopedia



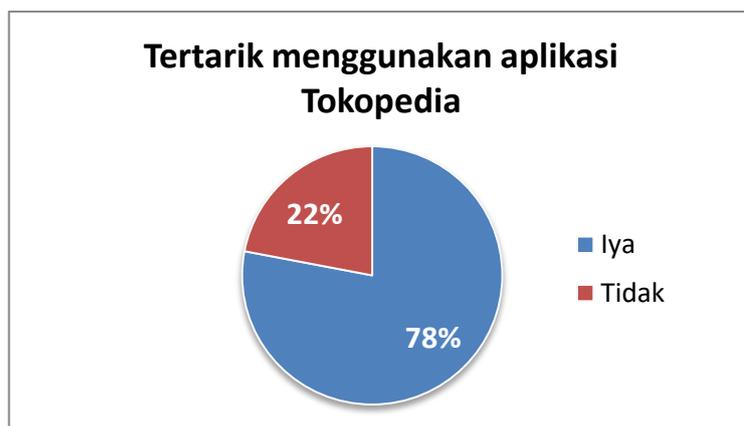
Berdasarkan grafik 2.3, diketahui mayoritas reponden mencari tiga informasi tentang aplikasi Tokopedia, diikuti responden mencari dua informasi,

kemudian satu informasi dan hanya 4 responden yang mencari 4 informasi tentang Tokopedia. Adapun Informasi tentang aplikasi Tokopedia yang paling banyak dicari, antarlain harga, promo dan gratis ongkir, brand ambassador dan yang paling sedikit yaitu fitur layanan aplikasi Tokopedia.

### 2.4.3 Responden tertarik menggunakan aplikasi Tokopedia

Diagram 2.18

#### Tertarik menggunakan aplikasi Tokopedia



Dari diagram 2.18, diketahui mayoritas responden tidak tertarik menggunakan aplikasi Tokopedia,

### 2.4.3 Minat Menggunakan Aplikasi Tokopedia

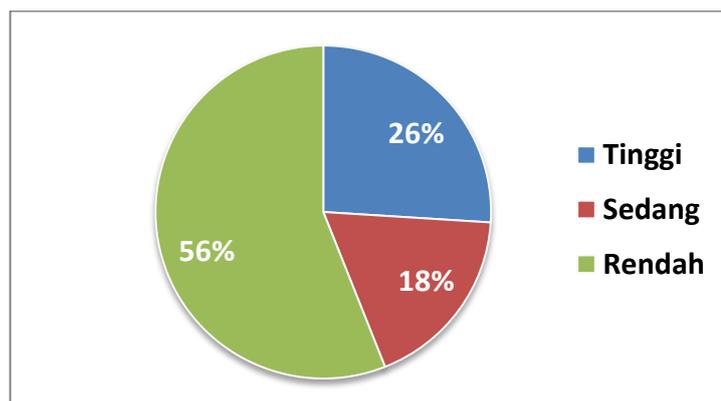
Dari hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan indikator minat menggunakan, maka akan diperoleh jumlah nilai yang berasal dari nilai masing masing pertanyaan. Pada penelitian ini jumlah nilai tertinggi 12 dan terendah 1. Dalam menghitung minat menggunakan dikelompokkan menjadi tiga kategori

diantaranya rendah, sedang dan tinggi. Kategori ini guna mengetahui tinggi rendahnya minat menggunakan

- Nilai 0 – 2 berarti kategori rendah
- Nilai 3 - 4 berarti kategori sedang
- Nilai 5 - 6 berarti kategori tinggi

**Diagram 2.19**

**Minat menggunakan Aplikasi Tokopedia**



Berdasarkan diagram 2.19, diketahui hasil pengujian beberapa indikator untuk minat menggunakan aplikasi Tokopedia, masing - masing memiliki nilai yang berbeda beda, dapat diketahui bahwa minat menggunakan aplikasi Tokopedia berada pada kategori rendah.