



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH EKSEKUSI IKLAN TELEVISI KARTU
TELEPON PRABAYAR 3 (TRI) VERSI “MURAH TANPA
TAPI” TERHADAP *BRAND POSITIONING* PADA
MAHASISWA S1 REGULER FISIP UI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**Kartika Rosarma Butarbutar
0904010111**

**FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
DEPOK
DESEMBER 2008**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Kartika Rosarma Butarbutar

NPM : 0904010111

Tanda tangan:



Tanggal : 1 Desember 2008

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Kartika Rosarma Butarbutar
NPM : 0904010111
Program Studi : Komunikasi – Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Eksekusi Iklan Televisi Kartu Telepon
Prabayar 3 Versi “Murah Tanpa Tapi” Terhadap
Brand Positioning Pada Mahasiswa S1 Reguler
FISIP UI

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi – Periklanan Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Drs. Ali Djahrie (Ali Djahrie) 23/12 '08

Penguji : Drs. Sunarto Prayitno (Sunarto Prayitno) 23/12 '08

Ketua Sidang : Dra. Ren Rociana S, MA (Ren Rociana S, MA)

Sekretaris Sidang : Hendriyani, S.Sos, M.Si (Hendriyani) 23/12 '08

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 11 Desember 2008

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kartika Rosarma Butarbutar

NPM : 0904010111

Program Studi : Periklanan

Departemen : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu-Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Eksekusi Iklan Televisi Kartu Telepon Prabayar 3 Versi “Murah Tanpa Tapi” Terhadap *Brand Positioning* Pada Mahasiswa S1 Reguler FISIP UI

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 24 Desember 2008

Yang menyatakan

(Kartika Rosarma Butarbutar)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas anugerah dan pemeliharaanNya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1). Drs. Alie Djahri selaku dosen pembimbing yang selalu percaya bahwa saya dapat menyumbangkan karya yang berharga bagi Program Studi Komunikasi FISIP UI.
- (2). D.Chandra Kirana untuk perhatian dan persahabatan yang diberikan sebagai pembimbing akademis. Terima kasih karena Mbak Kiki sudah bersedia merangkap sebagai pembimbing sebelum saya menempuh sidang *outline*.
- (3). Orang tua paling hebat di dunia, Yohanes Maruli Butarbutar dan Nursia Pasaribu. Terima kasih untuk doa yang tidak pernah berkeputusan, dorongan semangat, serta kepercayaan yang sudah diberikan oleh Papa dan Mama untuk saya. Juga untuk dua orang kakak yang mendukung saya dalam segala hal, Ametysta Leonita Butarbutar dan Golda Mercy Butarbutar.
- (4). Keluarga besar di Jakarta, Malang, Surabaya, Bukittinggi, dan Medan yang selalu memperhatikan dan bertanya “kapan lulus?”. Kepada yang terkasih keluarga B.Y.Sasmitodirdjo; terima kasih untuk semua dukungan sejak saya duduk di SMA. Juga untuk Om dan Tante Handayana di USA, terima kasih untuk arahan, perhatian, bekal ilmu yang sudah diberikan sejak saya kecil. Terima kasih untuk keluarga dr. J.Kohar untuk dukungan dan pengantar ilmu kedokteran yang sempat diturunkan pada saya. Terima kasih untuk tetap percaya bahwa saya tetap dapat menolong orang di luar dunia medis. Terima kasih untuk keluarga besar Batubara atas dukungan selama studi saya di Universitas Indonesia. Akhirnya, terima kasih untuk The Paundralingga’s; untuk mentoring murid Kristusnyanya selama 2 tahun terakhir.

- (5). Wiwit, Pino, dan Herna sebagai ‘pembimbing ke-sekian’ dan teman diskusi yang luar biasa untuk skripsi ini. Terima kasih untuk setiap perhatian dan waktu-waktu *brainstorming* yang sudah diberikan.
- (6). Teman-teman masa kecil: Alin, Sasa, Christine, Melia, Danu, Yosia, Fathur, Handoko, dan Edwin. Terima kasih teman, untuk persahabatan dan kesetiaanmu. Terima kasih untuk 3 tahun masa SMA yang sangat indah bersama teman-teman Painem Paijo Bhawikarsu dan BITCH yang luar biasa Terima kasih juga untuk sahabat-sahabat terbaik di KR GKI Bromo Malang: David Zac, Lisa, Renata, dan Dimas. Terima kasih banyak untuk waktu bertumbuh secara rohani.
- (7). Terima kasih untuk angkatan konsep yang fenomenal – “KOM, KOM UI, 2004 !Torang samua basudara, salalu!!!!”. Terima kasih teman untuk persahabatan dan juga kegilaan yang indah selama 4,5 tahun ini. Jangan lupa untuk mengedarkan piala bergilir di setiap acara pernikahan kita ya!
- (8). Terima kasih untuk kesempatan bertumbuh dan melayani Tuhan bersama di PO UI, PO FISIP UI, dan PSPO UI. Buat keluarga besar kelompok kecilku: Hariati Sinaga, Rut Silalahi, Natasha Roring, Septa Pakpahan, Maria Prita, Yeremia Lalisang, dan Stevie Leonard. Terima kasih untuk waktu-waktu berbagi hidup bersama kalian. Terima kasih tak terhingga untuk teman-teman ‘*shoulder to cry*’ : Uniq Prawiro, Neni Sitepu, Abby Mamesah, Angga Simamora, Dame Sihombing, dan Debora Hutagalung.
- (9). Terima kasih untuk keluarga besar bernyanyi: Narwastu Big Family, Paragita UI, The Indonesia Choir, dan inteRvallo Chorale. Love u all!

Akhir kata, saya percaya bahwa Tuhan akan memberikan segala yang terbaik sesuai dengan waktuNya kepada setiap pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi periklanan.

Depok, 1 Desember 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Pembatasan Penelitian.....	5
1.5. Signifikansi Penelitian.....	5
1.5.1. Signifikansi Akademis.....	5
1.5.2. Signifikansi Praktis.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1. Kerangka Teori.....	8
2.1.1. Teori <i>Positioning</i>	8
2.1.2. <i>Positioning of a Follower</i>	11
2.2. Dinamika Teori.....	12
2.3. Kerangka Konsep.....	14
2.3.1. Iklan.....	14
2.3.2. <i>Brand Positioning</i>	15
2.3.3. Struktur Kompetisi.....	17
2.4. Definisi Konseptual.....	18
2.4.1. Eksekusi iklan televisi 3 (Tri) versi “Murah Tanpa Tapi”.....	18
2.4.2. <i>Brand Positioning 3 (Tri)</i>	18
2.5. Hipotesis Teori.....	19
3. METODOLOGI.....	20
3.1. Metode Penelitian.....	20
3.1.1. Paradigma Penelitian.....	20
3.1.2. Jenis Penelitian.....	20
3.1.2.1. Berdasarkan Tujuan Penelitian.....	20
3.1.2.2. Berdasarkan Tipe Informasi Penelitian.....	21
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	21
3.2.1. Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.2.2. Desain Penelitian.....	22
3.2.3. Populasi dan Sampel.....	23

3.2.4. Teknik Penarikan Sampel.....	24
3.2.5. Pertimbangan - Pertimbangan Praktis.....	24
3.2.5.1. <i>Pilot Test</i> dan <i>Postpilot Interview</i>	24
3.2.5.2. <i>Postexperiment Interview</i>	25
3.2.6. Jenis Data.....	25
3.2.6.1. Data Primer.....	25
3.3. Metode Pengukuran.....	26
3.3.1. Teknik Pengontrolan Variabel Ekstra.....	26
3.3.2. Instrumen Penelitian.....	30
3.3.3. Hipotesis Penelitian.....	35
3.3.4. Hipotesis Statistik.....	36
3.3.5. Kaidah Pengambilan Keputusan.....	36
3.4. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.....	36
4. ANALISIS DATA.....	38
4.1. Pelaksanaan Eksperimen.....	38
4.2. Karakteristik Subjek Penelitian.....	39
4.3. Uji Reliabilitas.....	46
4.3.1. Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Positioning</i>	46
4.4. Uji Validitas.....	48
4.4.1. Uji Validitas Variabel <i>Brand Positioning</i>	49
4.5. Analisis Deskriptif.....	53
4.5.1. Analisis <i>Close-Ended Question</i> Variabel <i>Brand Positioning</i> ..	53
4.5.2. Analisis <i>Open-Ended Question</i> Variabel <i>Brand Positioning</i> ..	69
4.6. Uji 2 Sampel Berhubungan.....	74
4.7. Hubungan Antara Kedua Variabel.....	76
5. INTERPRETASI dan DISKUSI.....	78
5.1. Interpretasi Variabel <i>Brand Positioning</i>	78
5.2. Diskusi.....	82
6. PENUTUP.....	84
6.1. Kesimpulan.....	84
6.2. Implikasi.....	84
6.2.1. Implikasi Akademis.....	84
6.2.2. Implikasi Praktis.....	85
6.3. Rekomendasi.....	85
6.3.1. Rekomendasi Akademis.....	85
6.3.2. Rekomendasi Praktis.....	86
DAFTAR REFERENSI.....	87
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Jumlah Subjek Tiap Kelompok.....	40
Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi.....	41
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan Akademis.....	41
Tabel 4.4. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.5. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.6. Distribusi Responden Berdasarkan SSE.....	43
Tabel 4.7. Distribusi Responden Berdasarkan Penelitian Bertema Sama.....	44
Tabel 4.8. Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Menonton TV/hari.....	44
Tabel 4.9. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kartu Seluler.....	45
Tabel 4.10. Distribusi Responden Berdasarkan Merek Kartu Seluler.....	45
Tabel 4.11. Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Menelepon dr HP.....	46
Tabel 4.12. Nilai <i>Alpha Cronbach's</i> Dimensi <i>Product Attributes & Benefits</i>	47
Tabel 4.13. Nilai <i>Alpha Cronbach's</i> Dimensi <i>Price/ Quality</i>	47
Tabel 4.14. Nilai <i>Alpha Cronbach's</i> Dimensi <i>Product Class</i>	47
Tabel 4.15. Nilai <i>Alpha Cronbach's</i> Dimensi <i>User</i>	48
Tabel 4.16. Nilai <i>Alpha Cronbach's</i> Dimensi <i>Competitor</i>	48
Tabel 4.17. Dimensi <i>Product Attributes & Benefit</i> KE.....	54
Tabel 4.18. Dimensi <i>Product Attributes & Benefit</i> KK.....	55
Tabel 4.19. Dimensi <i>Price-Quality</i> KE.....	57
Tabel 4.20. Dimensi <i>Price-Quality</i> KK.....	59
Tabel 4.21. Dimensi <i>Product Class</i> KE.....	61
Tabel 4.22. Dimensi <i>Product Class</i> KK.....	62
Tabel 4.23. Dimensi <i>User</i> KE.....	63
Tabel 4.24. Dimensi <i>User</i> KK.....	65
Tabel 4.25. Dimensi <i>Competitor</i> KE.....	67
Tabel 4.26. Dimensi <i>Competitor</i> KK.....	68
Tabel 4.27. <i>Open-Ended Question</i> Dimensi <i>Product Attributes & Benefits</i>	70
Tabel 4.28. <i>Open-Ended Question</i> Dimensi <i>Price/Quality</i>	71
Tabel 4.29. <i>Open-Ended Question</i> Dimensi <i>User</i>	71
Tabel 4.30. <i>Open-Ended Question</i> Dimensi <i>Competitor</i>	72
Tabel 4.31. Pertanyaan Penutup.....	73
Tabel 4.32. <i>Descriptive Statistics NPar Tests</i>	74
Tabel 4.33. <i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i>	75
Tabel 4.34. <i>Test Statistics(b)</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Histogram Dimensi <i>Product Attributes & Benefit</i> KE.....	54
Gambar 4.2. Histogram Dimensi <i>Product Attributes & Benefit</i> KK.....	56
Gambar 4.3. Histogram Dimensi <i>Price/Quality</i> KE.....	58
Gambar 4.4. Histogram Dimensi <i>Price/Quality</i> KK.....	60
Gambar 4.5. Histogram Dimensi <i>Product Class</i> KE.....	61
Gambar 4.6. Histogram Dimensi <i>Product Class</i> KK.....	62
Gambar 4.7. Histogram Dimensi <i>User</i> KE.....	64
Gambar 4.8. Histogram Dimensi <i>User</i> KK.....	66
Gambar 4.9. Histogram Dimensi <i>Competitor</i> KE.....	67
Gambar 4.10. Histogram Dimensi <i>Competitor</i> KK.....	69

