



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA

SKRIPSI

**PERSEPSI KHALAYAK SASARAN ATAS  
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI TELEVISI  
(STUDI TERHADAP PROGRAM PENGALIHAN  
MINYAK TANAH KE ELPIJI TAHUN 2007)**

oleh

**NURIKA S.M MARGONO  
0904100307**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam  
memperoleh gelar  
Sarjana Sosial dalam bidang Ilmu Administrasi

Depok, 2008



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA REGULER

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nurika S.M Margono

NPM : 0904100307

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul

PERSEPSI KHALAYAK SASARAN ATAS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI  
TELEVISI (STUDI TERHADAP PROGRAM PENGALIHAN MINYAK TANAH KE  
ELPIJI TAHUN 2007)

benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip  
maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Juli 2008

NURIKA S.M MARGONO  
0904100307



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA REGULER

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nurika S.M Margono

NPM : 0904100307

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Judul Skripsi :

Persepsi Khalayak Sasaran atas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi (Studi Terhadap Program Pengalihan Minyak Tanah ke Elpiji tahun 2007).

telah diperiksa oleh Ketua Program Sarjana dan Pembimbing serta dinyatakan layak untuk diajukan ke sidang Skripsi Program Sarjana Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Disetujui oleh

Ketua Program Sarjana,

Pembimbing,

Dr. Roy V. Salomo, M.Soc, Sc.  
NIP/NUP: 131 798 608

Dr. Effy Rusfian, M.Si.  
NIP/NUP: 131 855 529




UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA REGULER


## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Nurika S.M Margono  
NPM : 0904100307  
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga  
Judul Skripsi :

Persepsi Khalayak Sasaran atas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi (Studi terhadap Program Pengalihan Minyak Tanah ke Elpiji tahun 2007).  
telah dipertahankan di hadapan sidang Penguji Skripsi Program Sarjana Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, pada hari Kamis tanggal 03 Juli 2008.

Penguji Skripsi

Ketua Sidang,  
  
Dr. Muh. Azis Muslim, M. Si  
NIP/NUP. 0900500025

Pembimbing,  
  
Dr. Effy Z. Rusfian, M.Si  
NIP/NUP. 131 855 529

Penguji Ahli,  
  
Dra. Febrina Rosinta, M.Si  
NIP/NUP. 131861386

Sekretaris Sidang,  
  
Ixora Lusia, S. Sos, MS  
NIP/NUP. 0907050244

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt yang telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Persepsi Khalayak Sasaran atas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi (Studi terhadap Program Pengalihan Minyak Tanah ke Elpiji tahun 2007)” dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana sosial dalam bidang Ilmu Administrasi dapat diselesaikan dengan baik.

Seiring dengan selesainya skripsi ini, penulis merasakan adanya berbagai manfaat. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, M.Sc., selaku Dekan FISIP UI
2. Prof. Dr. Eko Prasajo, Mag.Rer.Pub., selaku Ketua Departemen Ilmu Administrasi
3. Dr. Roy V. Salomo, M.Soc.Sc., selaku Ketua Program Sarjana Reguler Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI
4. Prof. Dr. Ferdinand Saragih, MA., selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga
5. Dra. Eva Andayani, M.Si., selaku Penasehat Akademik penulis
6. Dr. Effy Rusfian, M.Si., selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukan dalam proses penyusunan skripsi ini
7. Drs. Achmad Fauzi, ME., Fatimah Muchtar, S.Sos., ME., Febrina Rosinta, M.Si., Drs. Guido Benny Sunardi, ME., dan Ixora Lundia, S.Sos, MS.,

selaku dosen pemasaran yang telah memberikan pengetahuan mengenai ilmu pemasaran kepada penulis

8. Seluruh staf Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI atas segala bantuannya
9. Seluruh staf perpustakaan FISIP UI yang telah membantu penulis mencari berbagai literatur yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini
10. Rekan-rekan penulis selama kuliah di Jurusan Ilmu Administrasi Niaga FISIP UI, khususnya kepada che2, etha, feny, meity, rini, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dengan tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih kepada semua, yang telah memberikan semangat dan motivasi tersendiri bagi penulis selama kuliah
11. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu dengan tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih kepada semua

Penulis menyadari, penulisan skripsi ini masih jauh untuk dapat dikatakan sempurna, namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun. Oleh karena itu, penulis menerima dengan senang hati, kritik, saran, maupun masukan lainnya yang dapat menyempurnakan skripsi ini.

Depok, Juli 2008

(Nurika S.M Margono)

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Permasalahan .....	8
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	10
D. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN</b>	
A. Tinjauan Pustaka.....	13
B. Konstruksi Model Teoritis.....	16
B.1 Pemasaran Sosial.....	16
B.2 Iklan Layanan Masyarakat.....	17
B.2.1 Televisi sebagai Media Komunikasi.....	20
B.3 Persepsi.....	22
B.3.1 Model Tanggapan Kognitif.....	23
C. Operasionalisasi Konsep .....	31
D. Metode Penelitian.....	33
D.1 Pendekatan Penelitian.....	33
D.2 Jenis Penelitian.....	33
D.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
D.4 Populasi dan Sampel.....	35
D.5 Teknis Analisis Data.....	36
D.5.1 Validitas dan Reliabilitas.....	36
D.5.2 Statistik Deskriptif.....	38
D.6 Keterbatasan Penelitian.....	39
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Pertamina.....	41
B. Visi dan Misi.....	42

C. Program Konversi Energi 2007.....	43
D. Storyboard ILM Program Konversi Energi 2007 di Televisi.....	48

#### **BAB IV ANALISIS PENELITIAN**

A. Hasil <i>Pre-Test</i> .....	51
A.1 Uji Validitas Dimensi Penelitian.....	51
A.1.1 Uji Validitas Indikator.....	52
A.2 Uji Reliabilitas.....	54
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	54
B.1 Karakteristik Responden.....	55
B.1.1 Usia Responden.....	55
B.1.2 Pendidikan Responden.....	56
B.1.3 Pengeluaran Responden.....	57
B.1.4 Frekuensi Menonton ILM Konversi Energi.....	58
B.2 Statistik Deskriptif Dimensi Penelitian.....	59
B.2.1 Analisis Dimensi Tanggapan Mengenai Pesan.....	59
B.2.2 Analisis Dimensi Tanggapan Mengenai Sumber/Model .....	62
B.2.3 Analisis Dimensi Tanggapan Mengenai Eksekusi Iklan .....	65
C. Implikasi Manajerial.....	68

#### **BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

A. Simpulan.....	72
B. Rekomendasi.....	72

**DAFTAR PUSTAKA**  
**DAFTAR LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	Penerimaan Negara dari Kegiatan Hulu Migas (Miliar US\$).....2
Tabel II.1	Tujuan Pesan dan Medium Komunikasi..... 18
Tabel II.2	Jenis Kebutuhan dan Jenis Media..... 19
Tabel II.3	Operasionalisasi Konsep..... 32
Tabel II.4	Ukuran Validitas..... 37
Tabel II.5	Penafsiran Nilai Rata-Rata..... 39
Tabel III.1	Keuntungan Masyarakat Secara Ekonomis..... 46
Tabel III.2	Storyboard ILM Program Konversi Energi 2007..... 48
Tabel IV.1	Pengukuran K-M-O <i>Measure of Sampling Adequacy</i> , <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> , dan <i>Total Variance Explained</i> ..... 52
Tabel IV.2	Validitas Indikator Pengukuran..... 53
Tabel IV.3	Ukuran Reliabilitas Dimensi Penelitian..... 54
Tabel IV.4	Tabel Frekuensi Tanggapan Mengenai Pesan..... 60
Tabel IV.5	Nilai <i>Mean</i> Dimensi Tanggapan Mengenai Pesan..... 61
Tabel IV.6	Tabel Frekuensi Tanggapan Mengenai Sumber/Model..... 63
Tabel IV.7	Nilai <i>Mean</i> Dimensi Tanggapan Mengenai Sumber/Model..... 64
Tabel IV.8	Tabel Frekuensi Tanggapan Mengenai Eksekusi Iklan..... 66
Tabel IV.9	Nilai <i>Mean</i> Dimensi Tanggapan Mengenai Eksekusi Iklan..... 67

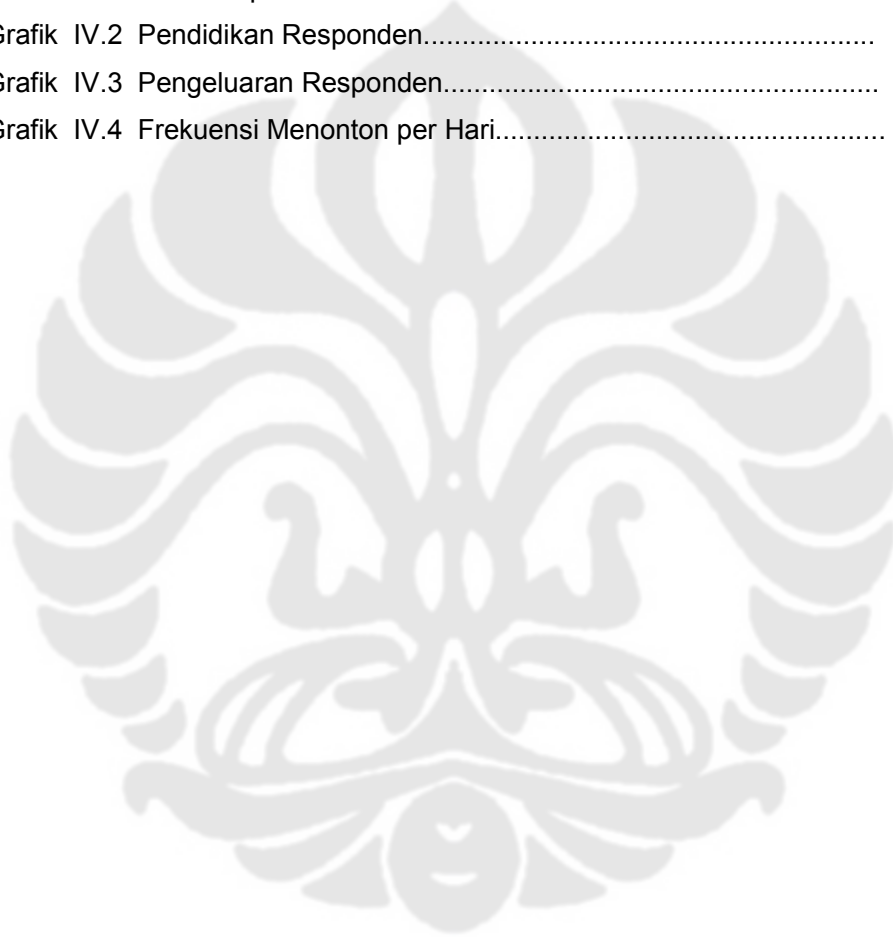
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 <i>Cognitive Response Model</i> .....	23



## DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik IV.1 Usia Responden.....	55
Grafik IV.2 Pendidikan Responden.....	56
Grafik IV.3 Pengeluaran Responden.....	57
Grafik IV.4 Frekuensi Menonton per Hari.....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I *Media Planning* ILM Program Konversi Energi 2007
- Lampiran II Kuesioner Penelitian
- Lampiran III Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran IV Statistik Deskriptif: Karakteristik Responden

