

LAMPIRAN I
MEDIA PLANNING
ILM PROGRAM KONVERSI ENERGI
2007



Market	Product	Target		
ALL-Markets	PERTAMINA - ELPIJI	All BC		
Variables\Month	August	September	October	November
TVR	228.4	266.0	4.8	2.3
1+	57.84	68.32	3.95	2.06
2+	41.76	49.20	0.67	0.24
3+	29.90	36.51	0.13	0.00
4+	22.13	26.21	0.05	0.00
5+	16.93	20.15	0.00	0.00
Channel	August	September	October	November
TVRI1		10.9		
TPI	129.3	109.0		
ANTV	45.4	103.3		
METRO	53.7	42.5	4.8	2.3
JTV		0.3		
Duration	August	September	October	November
00:00:06		0.1		
00:00:30		23.1	4.8	2.3
00:01:00		227.2		
00:01:01	0.3			
00:01:03	228.1	15.6		
Day part	August	September	October	November
02:00:00 - 03:59:59 (SMTWTFS)		24.2		
04:00:00 - 05:59:59 (SMTWTFS)	13.4	10.0	0.1	
06:00:00 - 07:59:59 (SMTWTFS)	13.1	11.7	0.2	
08:00:00 - 09:59:59 (SMTWTFS)	1.4	6.2		
10:00:00 - 11:59:59 (SMTWTFS)	8.3	30.8	0.3	0.1
12:00:00 - 13:59:59 (SMTWTFS)	5.8	22.7	0.6	1.5
14:00:00 - 15:59:59 (SMTWTFS)	2.0	3.5	0.1	
16:00:00 - 17:59:59 (SMTWTFS)	3.5	90.5	0.8	
18:00:00 - 19:59:59 (SMTWTFS)	116.3	24.6	0.8	0.8
20:00:00 - 21:59:59 (SMTWTFS)	46.4	25.8	1.0	
22:00:00 - 23:59:59 (SMTWTFS)	17.7	11.8	0.8	
24:00:00 - 25:59:59 (SMTWTFS)	0.4	4.2		
Wk day/Wk end	August	September	October	November
Work week	159.5	199.6	4.8	2.3
Week end	68.8	66.5		
Prog Typology	August	September	October	November

Series:Drama	102.4	20.5		
Series:Action/Adventure	0.5	0.5		
Movie:Drama	4.4	14.9		
Movie:Action/Adventure	0.7	1.6		
Entertainment:Music	8.8	2.3		
Entertainment:Variety Show	0.4	0.5		
Entertainment:Quiz	2.8	12.0		
Entertainment:Reality Show		2.2		
Entertainment:Comedy	11.9	46.3		
Children:Series Anim/Puppe		0.3		
Information:TalkShow	8.5	22.7	1.6	1.6
Information:Documentary	3.1	3.5	0.8	0.8
Information:Infotainment	6.0	5.6		
Information:TV Magazine	5.5	5.5		
Information:Skill/Hobbies	0.5	0.2		
News:Hard News	58.3	65.0	0.3	
News:TalkShow	7.5	2.8	1.0	
News:Feature	1.7	1.7	0.3	
Religious:Preach		48.5	0.8	
Sport:Journal/highlights	1.5	0.3		
Sport:Match	0.6	5.8		
Special:Special Event	0.1			
Filler:News	3.1	2.6		
Filler:Others		1.0		



LAMPIRAN II
KUESIONER PENELITIAN





Kuesioner Skripsi

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

No. Koding :
Nama :

Responden yth,

Saya adalah mahasiswi Jurusan Administrasi Niaga FISIP UI yang sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi. Penelitian ini berjudul “Persepsi Khalayak Sasaran atas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi (Studi terhadap Program Pengalihan Minyak Tanah ke Elpiji tahun 2007)”.

Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini dengan sungguh-sungguh. Jawaban Anda akan diperlakukan sesuai standar profesionalitas dan etika penelitian, dengan demikian kerahasiaan identitas Anda akan terjamin.

Atas bantuan dan kesediaan Anda untuk meluangkan waktu dan menjawab kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Nurika S.M Margono
0904100307
Ilmu Administrasi Niaga

A. Demographic Profile

Usia:

17 – 24 tahun	1
25 – 30 tahun	2
31 – 40 tahun	3
41 – 50 tahun	4
> 50 tahun	5

Pendidikan:

SD/Sederajat	1
SMP/Sederajat	2
SMA/Sederajat	3
Akademi/Sederajat	4

Pengeluaran per bulan:

< Rp 500.000	1
Rp 500.001 – 1.000.000	2
Rp 1.000.001 – 1.500.000	3

Berapa kali Anda melihat iklan layanan masyarakat program konversi energi dalam sehari?

1. 1 kali
2. 2 kali
3. 3 kali
4. > 3 kali

B. Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang tersedia di bawah ini sesuai dengan kriteria Anda

Keterangan:

- | | | |
|---|---|---------------------|
| 1 | = | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | = | Tidak Setuju |
| 3 | = | Ragu-Ragu |
| 4 | = | Setuju |
| 5 | = | Sangat Setuju |

No.	PERNYATAAN	KATEGORI				
		1	2	3	4	5
❖ Terpaan Iklan Layanan Masyarakat						
➤ Pendapat Mengenai Pesan						
1.	Pesan “murah, aman, hemat” mudah dimengerti					

2.	Ekspresi muka para model yang menampilkan kegembiraan dalam iklan menarik perhatian					
3.	Dengan model menyampaikan keuntungan-keuntungan pemakaian elpiji menarik perhatian saya					
4.	Dengan adanya pesan yang diucapkan berulang-ulang sepanjang iklan menarik perhatian saya					
5.	Dengan ditekankan argumen pesan, yaitu "praktekan dulu baru komentar" di awal iklan menarik perhatian saya					
➤ Pendapat Mengenai Sumber/Model						
1.	Menurut saya para model ditampilkan dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan pemakaian kompor yang mudah					
2.	Menurut saya para model ditampilkan dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan bahan bakar yang hemat					
3.a	Imej Irfan Hakim sebagai artis yang belum pernah berurusan dengan hukum mendorong saya mempercayai isi pesan					
3.b	Imej Irfan Hakim yang peduli terhadap rakyat kecil mendorong saya untuk mempercayai isi pesan					
➤ Pendapat Mengenai Eksekusi Iklan						
1.	Musik dangdut yang disajikan sesuai selera saya					
2.	Setting dan lokasi yang ditampilkan sesuai dengan keadaan lingkungan saya					
3.	Suara model disajikan secara jelas					

LAMPIRAN III
VALIDITAS DAN RELIABILITAS



1. VALIDITAS

1.1 Tanggapan Mengenai Pesan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,761
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	103,058
	df	10
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

	pesan "mudah, aman, hemat" mudah dimengerti	ekspresi muka model yang menampilkan kegembiraan menarik perhatian	model menyampaikan keuntungan-keuntungan pemakaian LPG menarik perhatian	pesan yang diucapkan berulang-ulang menarik perhatian	argumen "praktekan dulu baru komentar" menarik perhatian	
Anti-image Covariance	pesan "mudah, aman, hemat" mudah dimengerti	,393	-,163	,019	-,041	-,078
	ekspresi muka model yang menampilkan kegembiraan menarik perhatian	-,163	,337	,000	-,085	,162
	model menyampaikan keuntungan-keuntungan pemakaian LPG menarik perhatian	,019	,000	,230	-,116	,000
	pesan yang diucapkan berulang-ulang menarik perhatian	-,041	-,085	-,116	,128	-,113
	argumen "praktekan dulu baru komentar" menarik perhatian	-,078	,162	,000	-,113	,441
Anti-image Correlation	pesan "mudah, aman, hemat" mudah dimengerti	,854 ^a	-,448	,065	-,182	-,188
	ekspresi muka model yang menampilkan kegembiraan menarik perhatian	-,448	,729 ^a	,000	-,411	,420
	model menyampaikan keuntungan-keuntungan pemakaian LPG menarik perhatian	,065	,000	,800 ^a	-,680	,000
	pesan yang diucapkan berulang-ulang menarik perhatian	-,182	-,411	-,680	,716 ^a	-,474
	argumen "praktekan dulu baru komentar" menarik perhatian	-,188	,420	,000	-,474	,723 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
pesan "mudah, aman, hemat" mudah dimengerti	1,000	,698
ekspresi muka model yang menampilkan kegembiraan menarik perhatian	1,000	,634
model menyampaikan keuntungan-keuntungan pemakaian LPG menarik perhatian	1,000	,787
pesan yang diucapkan berulang-ulang menarik perhatian	1,000	,911
argumen "praktekan dulu baru komentar" menarik perhatian	1,000	,510

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,541	70,815	70,815	3,541	70,815	70,815
2	,759	15,177	85,992			
3	,395	7,897	93,889			
4	,216	4,328	98,217			
5	,089	1,783	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
pesan "mudah, aman, hemat" mudah dimengerti	,835
ekspresi muka model yang menampilkan kegembiraan menarik perhatian	,797
model menyampaikan keuntungan-keuntungan pemakaian LPG menarik perhatian	,887
pesan yang diucapkan berulang-ulang menarik perhatian	,955
argumen "praktekan dulu baru komentar" menarik perhatian	,714

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

1.2 Tanggapan Mengenai Sumber/Model

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.655
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	66,352
	df	6
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang mudah dipakai	model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang hemat	imej Irfan Hakim sebagai pelawak yang belum pernah berurusan dengan hukum mendorong mempercayai pesan	imej Irfan Hakim sebagai pemerhati rakyat kecil mendorong mempercayai pesan
Anti-image Covariance	model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang mudah dipakai	.416	-.266	.031	-.034
	model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang hemat	-.266	.348	-.076	-.007
	imej Irfan Hakim sebagai pelawak yang belum pernah berurusan dengan hukum mendorong mempercayai pesan	.031	-.076	.277	-.220
	imej Irfan Hakim sebagai pemerhati rakyat kecil mendorong mempercayai pesan	-.034	-.007	-.220	.291
Anti-image Correlation	model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang mudah dipakai	.647 ^a	-.698	.092	-.097
	model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang hemat	-.698	.680 ^a	-.245	-.023
	imej Irfan Hakim sebagai pelawak yang belum pernah berurusan dengan hukum mendorong mempercayai pesan	.092	-.245	.639 ^a	-.773
	imej Irfan Hakim sebagai pemerhati rakyat kecil mendorong mempercayai pesan	-.097	-.023	-.773	.655 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang mudah dipakai	1.000	.593
model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang hemat	1.000	.730
imej Irfan Hakim sebagai pelawak yang belum pernah berurusan dengan hukum mendorong mempercayai pesan	1.000	.725
imej Irfan Hakim sebagai pemerhati rakyat kecil mendorong mempercayai pesan	1.000	.713

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,760	68,988	68,988	2,760	68,988	68,988
2	,855	21,366	90,355			
3	,231	5,774	96,128			
4	,155	3,872	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang mudah dipakai	.770
model dalam iklan memiliki kebutuhan yang sama akan kompor yang hemat	.854
imej Irfan Hakim sebagai pelawak yang belum pernah berurusan dengan hukum mendorong mempercayai pesan	.851
imej Irfan Hakim sebagai pemerhati rakyat kecil mendorong mempercayai pesan	.844

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

1.3 Tanggapan Mengenai Eksekusi Iklan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,622
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	27,865
	df	3
	Sig.	,000

Anti-image Matrices

		setting lokasi sesuai dengan keadaan lingkungan tempat tinggal	musik dangdut sesuai dengan kesukaan	suara model jelas
Anti-image Covariance	setting lokasi sesuai dengan keadaan lingkungan tempat tinggal	,423	-,242	-,289
	musik dangdut sesuai dengan kesukaan	-,242	,672	,000
	suara model jelas	-,289	,000	,533
Anti-image Correlation	setting lokasi sesuai dengan keadaan lingkungan tempat tinggal	,579 ^a	-,454	-,609
	musik dangdut sesuai dengan kesukaan	-,454	,700 ^a	,000
	suara model jelas	-,609	,000	,626 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
setting lokasi sesuai dengan keadaan lingkungan tempat tinggal	1,000	,828
musik dangdut sesuai dengan kesukaan	1,000	,585
suara model jelas	1,000	,693

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,106	70,209	70,209	2,106	70,209	70,209
2	,619	20,617	90,826			
3	,275	9,174	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
setting lokasi sesuai dengan keadaan lingkungan tempat tinggal	,910
musik dangdut sesuai dengan kesukaan	,765
suara model jelas	,832

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.



2. RELIABILITAS

2.1 Pendapat Mengenai Pesan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	5

2.2 Pendapat Mengenai Sumber/Model

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	4

2.3 Pendapat Mengenai Eksekusi Iklan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,776	3

LAMPIRAN IV
STATISTIK DESKRIPTIF:
KARAKTERISTIK RESPONDEN



1. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1.1 Usia Responden

usia responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25 - 30 tahun	27	27.0	27.0	27.0
31 - 40 tahun	50	50.0	50.0	77.0
41 - 50 tahun	22	22.0	22.0	99.0
> 50 tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

1.2 Pendidikan Responden

pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP/Sederajat	11	11.0	11.0	11.0
SMA/Sederajat	89	89.0	89.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

1.3 Pengeluaran Responden

pengeluaran per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp 500.001 - 1.000.000	71	71.0	71.0	71.0
Rp 1.000.001 - 1.500.000	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

1.4 Frekuensi Menonton ILM Konversi Energi per Hari

frekuensi menonton

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2 kali	56	56.0	56.0	56.0
3 kali	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nurika S.M Margono

Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 03 Desember 1985

Alamat : Jl. Adhi Karya Kav. No. 26 RT 01 RW 015
Pancoran Mas Depok 16431

Nomor Telepon : (021) 77825806 / 081382830761

Surat Elektronik : nurika.margono@yahoo.com

Nama Orang Tua : Ayah : Margono
Ibu : Zuriatni Margono

Riwayat Pendidikan Formal :

SD : Marist Brothers International School Kobe

SMP : SMP Mardi Yuana Depok

SMA : SMAN 1 Depok