



UNIVERSITAS INDONESIA

**SIKAP PENGHINDARAN IKLAN (*AD AVOIDANCE*) DI
INTERNET PADA KALANGAN MAHASISWA FISIP UI**

SKRIPSI

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

MIDA NOPITASARI
0903100168

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
KEKHUSUSAN PEMASARAN

Depok, 2009

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Mida Nopitasari
NPM : 0903100168

Tanda Tangan :
Tanggal : 15 Juni 2009

HALAMAN PENGESAHAN

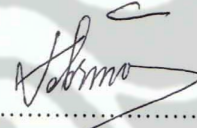
Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Mida Nopitasari
NPM : 0903100168
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul Skripsi :

SIKAP PENGHINDARAN IKLAN (*AD AVOIDANCE*) DI INTERNET PADA KALANGAN MAHASISWA FISIP UI


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

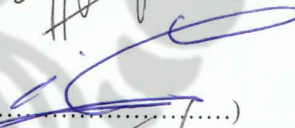
DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Febrina Rosinta, M.Si,


()

Penguji : Dra. Effy Rusfian, M.Si,

()

Ketua Sidang : Ixora Lundia Suwaryono, S.Sos, MS, ()

Sekretaris Sidang : Fatimah Muchtar, S.Sos, ME,

()

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 18 Juni 2009

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

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

Nama : Mida Nopitasari
NPM : 0903100168
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Departemen : Ilmu Administrasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**SIKAP PENGHINDARAN IKLAN (*AD AVOIDANCE*) DI INTERNET PADA
KALANGAN MAHASISWA FISIP UI**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir 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 : 15 Juni 2009
Yang menyatakan,

(Mida Nopitasari)

Kata Pengantar

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial Departemen Ilmu Administrasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Skripsi ini membahas tentang penghindaran iklan di kalangan mahasiswa FISIP UI dan ditemukan bahwa kalangan mahasiswa FISIP UI dikategorikan cukup dalam menghindari iklan di halaman situs yang sedang diakses.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

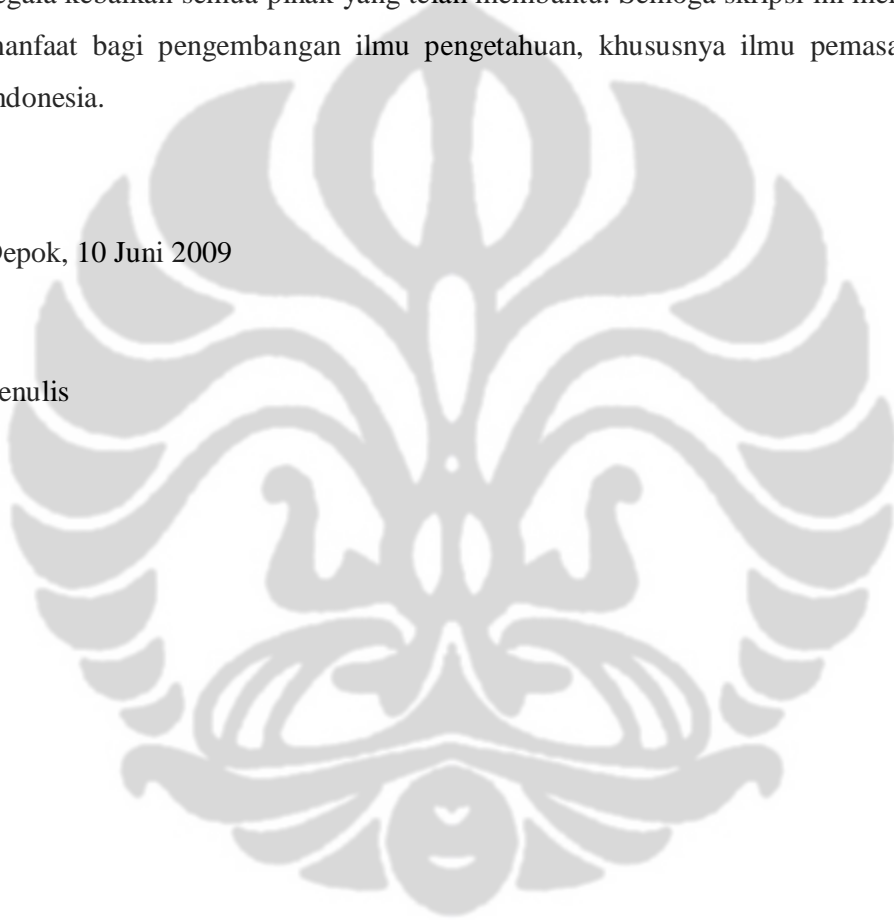
1. Dekan FISIP UI, Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, M.Sc.
2. Ketua Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI, Drs. Roy V. Salomo, M.Soc.Sc.
3. Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga S1 Reguler Departemen Ilmu Administrasi, Ixora Lundia Suwaryono, S.Sos, MS.
4. Dra. Febrina Rosinta, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan memotivasi saya dalam penyusunan skripsi ini
5. Seluruh dosen dan staff pengajar Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI yang telah membagi ilmunya dalam kegiatan belajar mengajar yang diikuti oleh penulis
6. mahasiswa FISIP UI atas kesediaan mereka sebagai responden penelitian ini
7. orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, dan
8. para sahabat, baik mereka yang bertaut di dunia nyata maupun mereka yang ada di dunia maya, yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Nurhasanah Ayuningtias, SE; Sri Wahyu Cahya

Handayani; Rosmalita, S.Sos, M.Si.; Soraya Aprini;
Amin Nur Uda, Theresia N. H.; Rahman Ramadhan; Natasha Mirza Putri;
Linda S.Sos; para staf dan anggota forum di mana saya telah menjadi
bagian di dalamnya; juga banyak lagi yang lainnya yang tidak bisa saya
sebutkan satu per satu di sini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas
segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa
manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pemasaran di
Indonesia.

Depok, 10 Juni 2009

Penulis



Daftar Isi

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan	6
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Signifikansi Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODE PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.2 Konstruksi Model Teoritis.....	12
2.2.1 Perilaku Konsumen	12
2.2.2 Sikap (<i>Attitudes</i>).....	14
2.2.2.1 Kognisi.....	16
2.2.2.2 Afeksi	17
2.2.2.3 Konasi.....	18
2.2.3 Iklan.....	18
2.2.3.1 Iklan di Internet	21
2.2.3.2 Penghindaran Iklan.....	23
2.2.3.2.1 <i>Perceived Goal Impediment</i>	24
2.3 Operasionalisasi Konsep	25
2.3.1 Definisi Operasional.....	25
2.4 Metode Penelitian	29
2.4.1 Pendekatan Penelitian.....	29
2.4.2 Tahapan Penelitian	30
2.4.3 Jenis Penelitian.....	31
2.4.4 Teknik Pengumpulan Data	31
2.4.5 Populasi dan Sampel	32
2.4.6 Teknik Pengolahan dan Analisa Data	33

	35
	37
BAB III PROFIL IKLAN DI INTERNET	
3.1 Perkembangan Internet.....	38
3.2 Iklan di Internet.....	38
3.3 Jenis, Ukuran, dan Tarif Iklan di Internet	40
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil <i>Pretest</i>	45
4.1.1 Validitas Masing-Masing Dimensi Penelitian	45
4.1.2 Validitas Indikator Penelitian	46
4.1.3 Reliabilitas Indikator Penelitian.....	48
4.2 Pembahasan Statistik Deskriptif	49
4.2.1 Karakteristik Responden	49
4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
4.2.1.2 Usia Responden.....	50
4.2.1.3 Pendidikan Responden	50
4.2.1.4 Lama Menggunakan <i>Internet</i>	51
4.2.1.5 Uang Saku per Bulan.....	52
4.2.1.6 Akses <i>Internet</i> dalam Seminggu	53
4.2.1.7 Waktu Akses <i>Internet</i>	54
4.2.1.8 Frekuensi Akses <i>Internet</i>	54
4.2.1.9 Akses <i>Internet</i>	55
4.2.2 Pembahasan Statistik Deskriptif per Variabel	56
4.2.2.1 Variabel Kognitif	56
4.2.2.2 Variabel Afektif	60
4.2.2.3 Variabel Konatif.....	63
4.2.2.4 Variabel <i>Search Hindrance</i>	66
4.2.2.5 Variabel <i>Disruption</i>	69
4.2.2.6 Variabel <i>Distraction</i>	72
4.3 Analisa <i>Pictorial Profile</i> Kecenderungan <i>Mean</i> Indikator.....	74
4.4 Implementasi Manajerial	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xvii

Daftar Grafik

Gambar 2.1 Grafik Attitude Components and Manifestation, Hawkins, Best, Coney (2001)	16
Gambar 2.2 Model Tiga-Komponen Sikap	17
Gambar 2.3 Model Analisa Ad-Avoidance, Chang Hoan Cho & Hongshik John Cheon	25
Gambar 4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden	50
Gambar 4.2.1.2 Sebaran Usia Responden	50
Gambar 4.2.1.3 Pendidikan Responden (Program & Departemen).....	51
Gambar 4.2.1.4 Lama Menggunakan <i>Internet</i>	52
Gambar 4.2.1.5 Uang Saku per Bulan	53
Gambar 4.2.1.6 Akses <i>Internet</i> dalam Seminggu	53
Gambar 4.2.1.7 Waktu Akses <i>Internet</i>	54
Gambar 4.2.1.8 Frekuensi Akses <i>Internet</i>	55
Gambar 4.2.1.9 Akses <i>Internet</i>	56

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Operasionalisasi Konsep	26
Tabel 2.4.1 Kategorisasi	35
Tabel 2.4.2 Ukuran Validitas	37
Tabel 3.1 Tarif Iklan <i>Banner</i>	42
Tabel 4.1.1 Pengukuran KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> , <i>Barlett's Test of Sphericity</i> , dan Nilai Variansi Tiap Dimensi Penelitian	46
Tabel 4.1.2.1 Validitas Indikator Pengukuran	46
Tabel 4.1.2.2 Validitas Indikator Pengukuran yang Tidak Digunakan.....	48
Tabel 4.1.3 Ukuran Reliabilitas Dimensi Penelitian	49
Tabel 4.2.2.1 Indikator Kognitif I: Perhatian terhadap Keberadaan Segala Jenis Iklan	57
Tabel 4.2.2.2 Indikator Kognitif II: Perhatian terhadap Keberadaan Iklan <i>Banner</i>	57
Tabel 4.2.2.3 Indikator Kognitif III: Perhatian terhadap Iklan <i>Pop-Up</i>	58
Tabel 4.2.2.4 Indikator Kognitif IV: Perhatian terhadap Iklan Menarik	58
Tabel 4.2.2.5 <i>Mean</i> Indikator dari Dimensi Kognisi	59
Tabel 4.2.2.6 Indikator Afektif I: Merasa Perlu Ada Iklan <i>Banner</i>	60
Tabel 4.2.2.7 Indikator Afektif II: Merasa Perlu Ada Iklan <i>Pop-Up</i>	61
Tabel 4.2.2.8 Indikator Afektif III: Merasa Perlu Ada Segala Jenis Iklan	61
Tabel 4.2.2.9 <i>Mean</i> Indikator dari Dimensi Afeksi	62
Tabel 4.2.2.10 Indikator Konatif I: Menutup <i>Pop-up</i>	63
Tabel 4.2.2.11 Indikator Konatif II: Melakukan Apa Saja untuk Menghindar ...	63
Tabel 4.2.2.12 Indikator Konatif III: Pindah Jika Penuh Iklan	64
Tabel 4.2.2.13 <i>Mean</i> Indikator dari Dimensi Konasi	65
Tabel 4.2.2.14 Indikator <i>Search Hindrance</i> I: Mempersulit Penelusuran	66
Tabel 4.2.2.15 Indikator <i>Search Hindrance</i> II: Memperlama Muncul Halaman Situs	67
Tabel 4.2.2.16 Indikator <i>Search Hindrance</i> III: Mempersulit Sesi Pencarian	67
Tabel 4.2.2.17 <i>Mean</i> Indikator dari Dimensi <i>Search Hindrance</i>	68
Tabel 4.2.2.18 Indikator <i>Disruption</i> I: Mengganggu Pandangan Menyeluruh ...	69

	<i>Disruption II: Mengganggu Membaca Artikel</i>	70
Tabel 4.2.2.20 Indikator <i>Disruption III: Mengganggu Mencari Informasi</i>		70
Tabel 4.2.2.21 <i>Mean</i> Indikator dari Dimensi <i>Disruption</i>		71
Tabel 4.2.2.22 Indikator <i>Distraction I: Mengalihkan Perhatian Editorial</i>		72
Tabel 4.2.2.23 Indikator <i>Distraction II: Mengalihkan Perhatian Alur Editorial</i> .		72
Tabel 4.2.2.24 Indikator <i>Distraction III: Mengalihkan Kendali</i>		73
Tabel 4.2.2.25 <i>Mean</i> Indikator dari Dimensi <i>Distraction</i>		73
Tabel 4.2.2.26 <i>Pictorial Profile Mean</i> Indikator		77

