

**PENGARUH IKLAN TELEVISI ENERVON-C  
MULTIVITAMIN “JAGA DAYA TAHAN TUBUH (15sec)”  
TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT RW 001  
KELURAHAN CIPINANG CEMPEDAK JAKARTA TIMUR**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Universitas Bakrie**



**Disusun Oleh:**

**Diah Novianti Fadhilah**

**1161003245**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

**Nama : Diah Novianti Fadhilah**

**NIM : 1161003245**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 01 September 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Diah Novianti Fadhillah

NIM : 1161003245

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Televisi Enervon-C Multivitamin “Jaga Daya Tahan Tubuh (15sec)” Terhadap Minat Beli Masyarakat RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak Jakarta Timur

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Dr. (  )

Penguji 1 : Eli Jamilah, M.Si., Ph.D (  )

Penguji 2 : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 01 September 2020

## **UNGKAPAN TERIMA KASIH**

Puji syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT, karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

### **1. Ibu Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Dr.**

Terima kasih banyak penulis sampaikan kepada Ibu Kinkin yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan serta bimbingannya terkait dengan skripsi ini. Terima kasih karena selalu bersedia untuk melakukan bimbingan via video call bahkan mengadakan simulasi sidang. Perhatian serta bimbingan yang tiada henti diberikan selama pembuatan Tugas Akhir ini akan selalu penulis ingat dan kenang.

### **2. Ibu Eli Jamilah, M.Si., Ph.D**

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Eli selaku dosen pembahas atau dosen penguji 1 pada tugas akhir ini, yang sudah meluangkan waktu serta memberikan dukungan serta saran yang membangun dalam menyelesaikan tugas akhir penelitian ini.

### **3. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si**

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Tuti selaku dosen pembahas atau dosen penguji 2 pada tugas akhir ini, yang sudah meluangkan waktu, mudah dihubungi, selalu memberikan saran yang sangat membangun untuk tugas akhir ini sampai pada akhirnya tugas akhir ini bisa penulis selesaikan dengan sebaik-baiknya.

#### **4. Dosen Universitas Bakrie dan Staff**

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada para dosen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama penulis mengemban ilmu di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Terima kasih juga kepada para staff Universitas Bakrie khususnya Mas Ali, Mba Frieda yang telah membantu penulis mulai dari melakukan uji turnitin dan penjadwalan sidang-sidang untuk penulis.

#### **5. Orang Tua serta Keluarga**

Penulis sangat ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya terutama kepada kedua orang tua penulis, ayah dan mama. Terima kasih kepada mama, yang selalu menyediakan kebutuhan penulis mulai dari makanan, cemilan, bahkan doa yang selalu dipanjatkan setiap harinya untuk penulis. Terima kasih kepada ayah sosok laki-laki hebat yang selalu penulis jadikan sebagai *role model* dalam menjalani kehidupan ini. Terima kasih banyak tanpa kerja keras ayah dan doa mama, penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih kepada Zulkarnaen Fadhillah, sosok adik yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis. Terima kasih adik, telah menjaga mama dan ayah. Penulis sangat bangga memiliki kedua orang tua dan adik yang selalu mensupport, menemani penulis apapun kondisinya.

#### **6. Keluarga kedua**

Terima kasih penulis ucapkan kepada Indah Krisdayanti, sosok yang bukan lagi penulis anggap sebagai seorang sahabat tetapi sudah menjadi saudara sendiri. Yang selalu ada untuk penulis dan menemani penulis di masa-masa krusial. Terima kasih juga untuk Fachry Reiza, laki-laki yang tidak bisa diprediksi sikapnya dan telah menemani penulis serta memberikan semangat yang tiada henti.

## **7. DOLANAN**

Terima kasih banyak penulis ucapkan untuk Karlina Pramesti Ambarsari, karena telah menemani dan membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih untuk Hannawanti, yang telah bersedia rumahnya didatangi oleh penulis untuk menceritakan keluh kesah.

## **8. Biologi class**

Terima kasih penulis ucapkan kepada Ika Auliya, Puteri Meilinda, Latifa Mutiara, Tiffany Dwi, dan Desti Gusrina yang telah bersama-sama berbagi cerita selama menyusun tugas akhir. Terima kasih telah menjadi teman-teman hebat yang masih berjuang bersama-sama dan saling menyemangati satu sama lain.

## **9. RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak**

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ketua RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak yang telah mengizinkan penulis menyebarkan kuesioner kepada warga khususnya ibu rumah tangga berdomisili di RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak. Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Dewi Nurlaila yang telah bersedia di wawancarai oleh penulis dan memberikan data-data yang penulis butuhkan untuk menyusun tugas akhir ini.

## **10. Teman-teman Komunal Universitas Barie 2016**

Terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh teman-teman Komunal Universitas Bakrie Angkatan 2016 yang selama ini telah menemani penulis saat belajar dikelas untuk seluruh mata kuliah di Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Terima kasih telah membuat kelas jadi lebih seru, menarik dan menyenangkan.

Jakarta, 01 September 2020

**Diah Novianti Fadhilah**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Diah Novianti Fadhilah

NIM : 1161003245

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Iklan Televisi Enervon-C Multivitamin “Jaga Daya Tahan Tubuh (15sec)” Terhadap Minat Beli Masyarakat RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak Jakarta Timur

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 01 September 2020

Yang menyatakan



(Diah Novianti Fadhilah)

**Pengaruh Iklan Televisi Enervon-C Multivitamin “Jaga Daya Tahan Tubuh (15sec)” Terhadap Minat Beli Masyarakat RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak Jakarta Timur**

**DIAH NOVIANTI FADHILAH**

---

**ABSTRAK**

Iklan merupakan salah satu bentuk dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah brand untuk memperkenalkan produknya kepada khalayak luas. Enervon-C menggunakan iklan televisi untuk memberikan informasi tentang produknya kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan televisi Enervon-C Multivitamin “jaga daya tahan tubuh (15sec)” terhadap minat beli masyarakat RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak Jakarta Timur. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel X iklan televisi (pesan, bintang iklan, keterlibatan) dan variabel Y minat beli (minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 85 sampel yaitu ibu rumah tangga yang berdomisili di wilayah RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak. Untuk menguji hipotesis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel iklan televisi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat beli. Hal itu ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0.719 yang berarti bahwa variabel bebas (Iklan) terhadap variabel terikat (minat beli) sebesar 71.9% dan sisanya sebesar 21.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak memiliki hubungan dengan penelitian ini.

**Kata Kunci:** Iklan televisi, Iklan Enervon-C Multivitamin “jaga daya tahan tubuh” (15sec), Regresi Linear Sederhana, Minat Beli



***The Influence of Enervon-C Multi Vitamin Television Advertising "Maintain Body Resistance (15sec)" for resident's purchase intention on RW 001, Cipinang Cempedak, East Jakarta***

**DIAH NOVIANTI FADHILAH**

---

**ABSTRACT**

*Advertising is a form of marketing strategy that carried out by a brand in order to introduce its products to a wide audience. Enervon-C uses television advertisements to provide information about its products to the public. This study aims to determine the effect of the television advertisement Enervon-C Multivitamin "maintain body immunity (15sec)" for resident's purchase intention on RW 001, Cipinang Cempedak Village, East Jakarta. There are two variables in this study, namely variable X television advertisements (messages, commercials, involvement) and variable Y purchase intention (transactional interest, referential interest, preferential interest, and explorative interest). This research uses an explanative quantitative approach. The research data were obtained by distributing questionnaires to 85 samples, namely housewives who live in the area of RW 001, Cipinang Cempedak Village. Simple linear regression had been used to test the hypothesis. The results showed that the television advertising variable had a significant positive effect on the purchase interest variable. This is indicated by the value of the coefficient of determination of 0.719, which means that the independent variable (advertising) on the dependent variable (purchase intention) is 71.9% and the remaining 21.8% is influenced by other variables that have no relationship with this study.*

**Keywords:** *Television advertising, Enervon-C Multivitamin "keep your immune system" (15sec) ads, purchase intention, Simple Linear Regression*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
LAMPIRAN.....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	12
1.3 Tujuan penelitian.....	12
1.4 Manfaat penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS</b> .....	<b>13</b>
2.1 Tinjauan pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya.....	13
2.2 Tinjauan pustaka terkait dengan kerangka teoritis.....	20
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu ( <i>Integrated Marketing Communication/ IMC</i> ).....	20
2.2.2 Periklanan.....	21
2.2.2.1 Media Periklanan.....	22
2.2.2.2 Fungsi Periklanan.....	23
2.2.2.3 Jenis-Jenis Iklan.....	23

2.2.3	Iklan Televisi .....	25
2.2.3.1	Daya tarik iklan televisi .....	26
2.2.3.2	Dimensi iklan televisi .....	27
2.2.4	Minat Beli .....	27
2.2.4.1	Tahapan minat beli.....	29
2.2.4.2	Dimensi minat beli.....	30
2.3	Kerangka Teoritis .....	31
2.4	Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>33</b>
3.1	Metode Penelitian.....	33
3.2	Populasi dan Sampling .....	34
3.2.1	Populasi.....	34
3.2.2	Sampling .....	34
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3.1	Sumber Data .....	36
3.3.1.1	Data Primer .....	36
3.3.1.2	Data Sekunder.....	36
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	38
3.5	Teknik Analisis Data .....	39
3.5.1	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	39
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	40
3.6.1	Uji Validitas.....	40
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	40
3.7	Keterbatasan Penelitian .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>42</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.1	Profil Enervon-C.....	42

4.1.2	Iklan Televisi Enervon-C Multivitamin “Jaga Daya Tahan Tubuh (15sec)” .....	45
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Karakteristik Responden.....	52
4.2.1.1	Identitas Responden.....	52
4.2.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.2.2.1	Uji Validitas.....	54
4.2.2.2	Reliabilitas .....	57
4.2.3	Hasil Temuan Jawaban Responden .....	58
4.2.3.1	Hasil Jawaban Responden Variabel X Iklan Televisi.....	58
4.2.3.2	Hasil Jawaban Responden Variabel Y Minat Beli.....	61
4.2.4	Hasil Penelitian.....	64
4.2.4.1	Uji Regresi Linear Sederhana.....	64
4.2.4.2	Uji Hipotesis .....	65
4.3	Pembahasan .....	67
4.3.1	Pengaruh Iklan Televisi Enervon-C Multivitamin “Jaga Daya Tahan Tubuh (15sec)” Terhadap Minat Beli Masyarakat RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak, Jakarta Timur.....	67
4.3.2	Pembahasan terkait hasil penelitian dengan penelitian-penelitian sebelumnya.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
5.2.1	Saran Akademis .....	78
5.2.2	Saran Praktis .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....		79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Media oleh Milenial di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 <i>Adex Growth by Media Type (2018-2019)</i> .....	3
Gambar 1.3 Logo Enervon-C .....	6
Gambar 1.4 Top Brand Multivitamin 2020.....	7
Gambar 1.5 Iklan Enervon-C 2020 .....	8
Gambar 1.6 Iklan Enervon-C 2020 .....	9
Gambar 4.1 Logo Darya-Varia .....	42
Gambar 4.2 Logo Enervon-C .....	42
Gambar 4.3 Tampilan website enervon-C .....	43
Gambar 4.4 Varian kemasan Enervon-C .....	45
Gambar 4.5 <i>Scene</i> detik ke-1 .....	46
Gambar 4.6 <i>Scene</i> detik ke-2 .....	46
Gambar 4.7 <i>Scene</i> detik ke-3 .....	47
Gambar 4.8 <i>Scene</i> detik ke-4 .....	47
Gambar 4.9 <i>Scene</i> detik ke-5 .....	48
Gambar 4.10 <i>Scene</i> detik ke-6 .....	48
Gambar 4.11 <i>Scene</i> detik ke 7-8 .....	49
Gambar 4.12 <i>Scene</i> detik ke 9-10 .....	49
Gambar 4.13 <i>Scene</i> detik ke-11 .....	50
Gambar 4.14 <i>Scene</i> detik ke 12-13 .....	50
Gambar 4.15 <i>Scene</i> detik ke-14 .....	51
Gambar 4.18 <i>Scene</i> detik ke-15 (15'').....	51
Gambar 4.19 <i>Scene</i> detik ke-15 (15'').....	51
Gambar 4.20 Grafik Usia Responden .....	53
Gambar 4.21 Grafik Pendidikan Terakhir Responden.....	54

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	15
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1 Validitas variabel X (Iklan televisi).....	55
Tabel 4.2 Validitas variabel Y (minat beli).....	56
Tabel 4.3 Reabilitas Variabel X (Iklan Televisi) .....	57
Tabel 4.4 Reabilitas Variabel Y (Minat Beli) .....	57
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel X (Iklan Televisi).....	58
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Y (Minat Beli).....	61
Tabel 4.7 Uji Regresi Linear Sederhana .....	64
Tabel 4.8 Uji R <sup>2</sup> .....	66
Tabel 4.9 Uji F .....	66