

**PENGARUH PESAN IKLAN *HOMESHOPPING* DI ANTV TERHADAP
MINAT BELI MASYARAKAT KECAMATAN GUBENG SURABAYA
SELAMA MASA PANDEMI**

SKRIPSI

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Akademik
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Peminatan : *Jurnalistik*



NICTANIA PUTI ANDINI

17010095

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
ALMAMATER WARTAWAN SURABAYA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PESAN IKLAN *HOMESHOPPING* DI ANTV TERHADAP
MINAT BELI MASYARAKAT KECAMATAN GUBENG SURABAYA
SELAMA MASA PANDEMI**

Oleh

NICTANIA PUTI ANDINI

17010095

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 27 Juli 2022

Disahkan Oleh

Ratna Puspita Sari, M.Med.Kom
Pjs. Kepala Program Studi

Riesta Ayu Oktarina, M.I.Kom
Pembimbing Utama

Dr. Meithiana Indrasari, ST., MM
Ketua Stikosa-AWS



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi- Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS),

Nama Mahasiswa : Nictania Puti Andini

NIM : 17010095

Program Studi : Jurnalistik

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul **PENGARUH PESAN IKLAN *HOMESHOPPING* DI ANTV TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KECAMATAN GUBENG SURABAYA SELAMA MASA PANDEMI**, adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil perkuliahan, observasi lapangan, buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka.
2. Bukan merupakan duplikasi karya ilmiah yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian yang sumber informasinya dicantumkan dengan cara penulisan referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka pada Skripsi saya.

Jika di kemudian hari terbukti saya tidak memenuhi seperti yang telah dinyatakan di atas, maka Skripsi ini dapat dibatalkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya, 13 Juli 2022

Yang membuat pernyataan

(Nictania Puti Andini)



PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PENGARUH PESAN IKLAN HOME SHOPPING DI ANTV TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KECAMATAN GUBENG SURABAYA SELAMA MASA PANDEMI

Oleh :

Nama : Nictania Puti Andini

NIM : 17010095

Peminatan : Jurnalistik

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya, 14 Juli 2022
Menyetujui

Pembimbing Utama

Pjs. Kepala Program Studi

(Riesta Ayu Oktarina, M.I.Kom)

(Ratna Puspitasari, M.Med.Kom)



PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SIDANG SKRIPSI

Pada Rabu, 27 Juli 2022 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi – Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS), atas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : NICTANIA PUTI ANDINI

NIM : 17010095

Peminatan : JURNALISTIK

dengan Skripsi berjudul **PENGARUH PESAN IKLAN HOMESHOPPING DI ANTV TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KECAMATAN GUBENG SURABAYA SELAMA MASA PANDEMI** oleh Dewan Penguji Sidang Skripsi yang terdiri dari:

Nama	Status	Tanda tangan
1. Dr. Jokhanan Kristiyono, S.T., M.Med.Kom	, sebagai Ketua	_____
2. Dr. Dwi Prasetyo, M.PSDM.	, sebagai Anggota	_____
3. Riesta Ayu Oktarina, M.I.Kom.	, sebagai Anggota	_____

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh pesan iklan *homeshopping* di ANTV terhadap minat beli masyarakat Kecamatan Gubeng Surabaya selama masa pandemi. Teori yang digunakan adalah Teori AIDDA & S.O.R (*Stimulus, Organism, Respon*). Teori berhubungan antara pesan komunikasi dan reaksi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan menggunakan kuisioner dalam mengambil kesimpulan data. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan kuota sampling. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa adanya pengaruh signifikan pesan iklan *homeshopping* di ANTV terhadap minat beli masyarakat Kecamatan Gubeng Surabaya selama masa pandemi. Koefisien korelasi sebesar 0,694 dengan kecenderungan pengaruh sebesar 64,4%. Komunikan mampu menerima dan mengolah stimulus dari pesan iklan sehingga terjadi perubahan sikap yaitu minat melakukan transaksional sebesar 64,4%.

Kata kunci : Iklan, Teori AIDDA, Teori S.O.R

ABSTRACT

This study aims to determine the level of influence of homeshopping advertising messages on ANTV on the buying interest of the people of Gubeng Subdistrict, Surabaya during the pandemic. The theory used is AIDDA & S.O.R (Stimulus, Organism, Response) theory. The theory of the relationship between communication messages and reactions. The method used in this study is a quantitative method, by using a questionnaire in taking data conclusions. The sampling technique in this study uses quota sampling. Based on the research that has been done, the researchers concluded that there was a significant effect of home shopping advertising messages on ANTV on the buying interest of the people of Gubeng Subdistrict, Surabaya during the pandemic. The correlation coefficient is 0.694 with a tendency of influence of 64.4%. The communicant is able to receive and process the stimulus from the advertising message so that there is a change in attitude, namely the interest in doing transactional by 64.4%.

Keywords: Advertising, AIDDA theory, S.O.R . theory

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah senantiasa peneliti panjatkan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pesan Iklan *Homeshopping* Di ANTV Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Kecamatan Gubeng Surabaya Selama Masa Pandemi” guna memenuhi sebagian persyaratan akademik peneliti untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Penyelesaian penelitian ini tentu tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak baik berupa ilmu, doa, dan dukungan motivasi yang diberikan. Sehingga pada kesempatan ini, peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran proses pengerjaan skripsi ini.
2. Dr. Meithiana Indrasari, ST, MM selaku ketua STIKOSA-AWS.
3. Riesta Ayu Oktarina, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan nasehat serta saran saran yang positif sehingga peneliti dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik hingga selesai.
4. Bapak Dr. Jokhanan Kristiyono, S.T., M.Med.Kom , Bapak Dr. Dwi Prasetyo, M.PSDM , dan ibu Riesta Ayu Oktarina, M.I.Kom selaku dosen penguji atas ilmu, bimbingan, koreksi, dan arahan yang diberikan.
5. Orangtua peneliti Ibu Rini dan Bapak Agung, yang tiada henti memberikan dukungan kepada peneliti untuk terus tetap maju mengejar impian dan cita-cita. Selalu mendukung peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih, terimakasih, dan terimakasih sekali lagi saya sampaikan untuk Ibu Rini dan Bapak Agung.

6. Keluarga Peneliti Kakek & Uti serta adik – adik Peneliti. Zahra Zafira Agrina & Talitha Adriyanti Nur Zabrina yang selalu memberikan dukungan.
7. Andi Prasetyo, Emi Mazroatus, Fachmi Adi. Teman teman saya yang ikut membantu proses penelitian skripsi ini.
8. Sahabat Peneliti Sisilia Kusumaningtyas, Rahma Habibah, Tia Agustin yang selalu memberikan suntikan semangat
9. Sahabat Peneliti yang ada di Malang . Shilfy Nabila, Anfa Annisa yang tidak pernah bosan mendengarkan keluh kesah dan curhatan peneliti.
10. Serta Jevon Putri, Avit Dewi , Frisca Amelia Teman Teman Peneliti yang selalu menghibur dikala mood saya yang cepat berubah ubah.
11. Partner AREMA dan Amanda Mela yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi, serta Hendro Siswanto salah satu dari pemain Arema yang telah memberikan semangat melalui video yang dibuat saya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang peneliti miliki. Semoga dengan adanya penelitian ini mampu menambah wawasan dan keterbukaan bagi para pembaca khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi.

Surabaya, 15 Juni 2022

Nictania Puti Andini

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SIDANG SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	13
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	14
1.5.1. Manfaat Akademis	14
1.5.2. Manfaat Praktisi	14
1.5.3. Manfaat Sosial	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Periklanan	16
2.1.1. Fungsi Periklanan	16
2.1.2. Iklan Sebagai Komunikasi Pemasaran	17
2.1.3. Televisi Sebagai Media Periklanan	18
2.2. Minat Beli Konsumen	19
2.2.1. Pengertian Minat Beli Konsumen	19
2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	20
2.2.3. Indikator Minat Beli Konsumen	21

2.3. <i>E- Commerce</i>	21
2.4. Teori AIDDA	23
2.5. Teori S-O-R (<i>Stimulus-Organism-Respon</i>)	25
2.6. Kerangka Teoritis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Metode Penelitian dan Jenis Penelitian	28
3.2. Populasi	28
3.3. Sampel.....	29
3.4. Definisi Operasional	29
3.5. Hipotesis Riset	30
3.6. Teknik Pengumpulan Data	31
3.7. Teknik Validitas dan Reliabilitas Data	32
3.7.1. Uji Validitas	32
3.7.2. Uji Reliabilitas	33
3.8. Teknik Analisis Data	33
BAB IV OBJEK PENELITIAN	35
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	35
4.1.1. ANTV	35
4.1.2. Jadwal Tayangan ANTV	36
4.1.3. Lejel <i>Homeshopping</i>	36
4.2. Gambaran Umum Kecamatan Gubeng Surabaya	38
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
5.1. Penyajian Data	39
5.1.1. Data Responden	39
5.1.2. Karakteristik Responden	41
5.2. Analisis Data	43
5.3. Uji Kualiditas Data	50
5.3.1. Uji Validitas	50
5.3.2. Uji Reliabilitas	51
5.4. Uji Regresi Linier Sederhana.....	52

5.5. Koefisien Korelasi	53
5.6. Koefisien Determinasi	54
5.7. Pembahasan	54
BAB VI PENUTUP	57
6.1. Kesimpulan	57
6.2. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Indikator Variabel	30
Tabel 3.2 Tingkatan Korelasi	34
Tabel 5.1 Daftar Responden	36
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 5.5 Indikator X1	43
Tabel 5.6 Indikator X2	44
Tabel 5.7 Indikator X3	44
Tabel 5.8 Indikator X4	45
Tabel 5.9 Indikator X5	46
Tabel 5.10 Indikator X6	46
Tabel 5.11 Indikator X7	47
Tabel 5.12 Indikator Y1	48
Tabel 5.13 Indikator Y2	48
Tabel 5.14 Indikator Y3	49
Tabel 5.15 Indikator Y4	49
Tabel 5.16 Indikator Y5	50
Tabel 5.17 Uji Validitas	51
Tabel 5.18 Uji Reliabilitas	52
Tabel 5.19 Uji Regresi Linier Sederhana	53

Tabel 5.20 Koefisien Korelasi	54
Tabel 5.21 Koefisien Determinasi	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan <i>Homeshopping</i> ANTV (Vidio.com).....	9
Gambar 1.2 Minat Media Televisi (katadata.co.id)	9
Gambar 1.3 Logo <i>Homeshopping</i> (lejel.co.id).....	11
Gambar 4.1 Logo Channel ANTV	35
Gambar 4.2 Logo Lejel <i>Homeshopping</i>	37
Gambar 4.3 Geografis Kecamatan Gubeng Surabaya.....	38