

**EFEKTIVITAS IKLAN SOSIS DI TELEVISI DALAM
MEMBENTUK CITRA PRODUK SOSIS
(Kasus Siswa SMA Negeri 5 Bogor)**

SKRIPSI

RETTY PERMATA SARI



**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2008**

RINGKASAN

RETTY PERMATA SARI. D34104055. 2008. **Efektivitas Iklan Sosis di Televisi Dalam Membentuk Citra Produk Sosis (Kasus Siswa SMA Negeri 5 Bogor)**. Skripsi. Departemen Sosial Ekonomi Industri Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.

Pembimbing Utam : Ir. Sutisna Riyanto, MS

Pembimbing Anggota : Ir. H. Ismail Pulungan, Msc

Efektivitas Iklan adalah sejauh mana konsumen terdedah terhadap isi iklan. Sosis merupakan produk daging olahan dengan bahan utama daging. Umumnya sosis dibuat dari bahan mentah daging sapi atau daging ayam. Sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini, agar produk bisa diterima dan dikonsumsi masyarakat perlu upaya promosi dalam pemasarannya. Peran media massa sangat penting dalam upaya memperkenalkan jenis sosis kepada masyarakat. Salah satu media massa yang paling potensial digunakan oleh perusahaan sebagai media promosi adalah televisi yang menayangkan iklan suatu produk yang akan dipromosikan. Tayangan iklan yang efektif akan membentuk citra produk yang positif.

Kajian penelitian ini meliputi : (1) Mengkaji hubungan karakteristik siswa dan perilaku menonton televisi terhadap efektivitas iklan sosis (2) Mengkaji hubungan keefektifan iklan dengan citra produk sosis. Penelitian ini menggunakan metode *disproportional stratified random sampling*. Sampel berjumlah 100 orang yang diambil dengan teknik pengambilan sampel secara acak berimbang. Karakteristik yang berhubungan dengan keterdedahan iklan sosis adalah jenis kelamin, pengetahuan gizi, dan uang saku. Karakteristik yang berhubungan dengan persepsi iklan sosis adalah tempat tinggal dan jenis kelamin. Perilaku menonton yang berhubungan dengan keterdedahan iklan sosis adalah frekuensi menonton, sedangkan perilaku menonton yang berhubungan dengan persepsi iklan sosis yaitu waktu menonton, jenis acara, frekuensi menonton, stasiun televisi, dan cara menonton. Keterdedahan iklan sosis berhubungan dengan citra produk sosis. Persepsi iklan sosis yang berhubungan dengan citra produk sosis adalah musik dan model iklan.

Kata kunci : efektivitas, sosis, televisi, iklan, citra produk, jenis kelamin, pengetahuan gizi, uang saku, keterdedahan.

ABSTRACT

The Effectiveness of Sausage Advertisement on Television to Sausage Product Image

Sari R. P., S. Riyanto, and I. Pulungan

The aims of this study were : (1) to knowlede relationship of students' characteristics and television watching behavior to sausage advertisement effectivity, (2) to knowledge relationship the effectiveness of sausage advertisement to image product. This experiment was done from March 30rd – April 30rd , 2008 at SMA Negeri 5 Bogor. The samples were 100 students and taken by disproportional stratified random sampling method. The result of research were, in students' characteristic, sex was significantly relevant to level of exposure, nutritional knowledge was significantly relevant to frequency of exposure. Allowance was highly significant relevant to frequency of exposure. In students' characteristic, living location were significantly relevant to advertisement model. Sex wash highly significant relevant to advertisement music, model and slogan, where living location was highly significant relevant to advertisement music and slogan. In watching behavior, type of program was significantly relevant to music, watching time was significantly relevant to advertisement model and slogan. In watching behavior, watching frequency and watching time were highly significant related to advertisement music, television station and type of program were highly significant related to advertisement slogan, watching companion was higly significant related to advertisement model. In watching behavior, watching frequency and type of program were significantly relevant to frequency of addiction. In advertisement exposure, frequency of exposure was significantly relevant to taste. Frequency of addiction was highly significant related to sausage package. Frequency of exposure was significantly relevant to advertisement slogan. Level of exposure was significantly relevant to nutritional content. In perception of advertisement, music was significantly relevant to taste, where advertisement model was highly significant related to nutritional content.

Key word: Effectivity, sausage, television, advertisement, product image, sex, nutritional knowledge, allowance, exposure.

**PERANAN SUMBER INFORMASI DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN SOSIS AYAM
(Kasus Siswa SMA Negeri 5 Bogor)**

**RETTY PERMATA SARI
D34104055**

**Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Peternakan pada
Fakultas Peternakan
Institut Pertanian Bogor**

**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2008**

**EFEKTIVITAS IKLAN SOSIS DI TELEVISI DALAM
MEMBENTUK CITRA PRODUK SOSIS
(Kasus Siswa SMA Negeri 5 Bogor)**

**RETTY PERMATA SARI
D34104055**

**Skripsi ini telah disetujui dan disidangkan di hadapan
Komisi Ujian Lisan pada tanggal 5 Juni 2008**

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

**Ir. Sutisna Riyanto, MS
NIP. 131 779 500**

**Ir. H. Ismail Pulungan, Msc
NIP. 130 345 020**

**Dekan Fakultas Peternakan
Institut Pertanian Bogor**

**Dr. Ir. Luki Abdullah, Msc. Agr
NIP. 131 955 531**

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Retty Permata Sari, lahir pada tanggal 24 September 1985 di Bogor, Jawa Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak H. Syarifuddin Wahid dan Ibu Hj. Ipah Syarifah.

Pendidikan yang ditempuh penulis mulai dari tahun 1997- 1998 di TK Islam Karya Mukti Citeureup, Bogor. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN I Citeureup pada tahun 1998, kemudian melanjutkan ke pendidikan menengah pertama diselesaikan di SLTPN 1 Cibinong pada tahun 2001 dan pendidikan lanjutan Menengah Umum diselesaikan di SMUN 3 Bogor pada tahun 2004. Penulis diterima sebagai mahasiswa jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor melalui Jalur USMI dengan minat studi Komunikasi dan Penyuluhan pada tahun 2004.

Selama mengikuti pendidikan di Institut Pertanian Bogor, penulis aktif dalam kegiatan organisasi di antaranya Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Industri Peternakan (HIMASEIP) periode tahun 2006-2007 sebagai staf Departemen Informasi dan Komunikasi.

KATA PENGANTAR

Bismillahir-rahmanir-rahim,

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan-Nya. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dan penulisan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul "Efektivitas Iklan Sosis di Televisi dalam Membentuk Citra Produk Sosis (Kasus siswa SMA Negeri 5 Bogor)" ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan pada Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.

Tak ada gading yang tak retak, begitupun dengan skripsi ini yang masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan skripsi ini di masa yang akan datang. Penulis berharap agar skripsi ini tidak hanya sebagai pelengkap di perpustakaan, tetapi lebih dari itu dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya kepada kita semua.

Amin yaa rabbal aalamiin.

Bogor, Juni 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	i
ABSTRACT.....	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Perumusan Masalah.....	2
Tujuan Penelitian.....	3
Kegunaan Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
Periklanan.....	4
Iklan di Televisi.....	5
Perilaku Menonton Televisi.....	9
Efektivitas.....	10
Keterdedahan terhadap Media Televisi.....	10
Persepsi.....	10
Sosis.....	12
Citra Produk.....	13
Karakteristik Konsumen.....	14
KERANGKA PEMIKIRAN	17
METODE PENELITIAN.....	19
Lokasi dan Waktu.....	19
Populasi dan Sampel.....	19
Desain Penelitian.....	19
Data dan Instrumentasi.....	20
Definisi Operasional.....	20
Analisis Data.....	22
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
Karakteristik Siswa SMA Negeri 5 Bogor.....	26
Jenis Kelamin.....	26
Tempat Tinggal.....	26
Pekerjaan Oranag Tua.....	27

Pendidikan Orang Tua.....	27
Frekuensi Makan Sosis.....	27
Pengetahuan Gizi.....	27
Uang Saku.....	28
Pendapatan Orang Tua.....	29
Perilaku Menonton Televisi.....	29
Cara dan Tempat Siswa Menonton Televisi.....	30
Waktu Menonton Televisi.....	30
Frekuensi Menonton Televisi.....	30
Stasiun Televisi dan Jenis Acara.....	31
Efektivitas Iklan Sosis.....	31
Keterdedahan Tayangan Iklan Sosis.....	31
Jumlah Keterdedahan Iklan Sosis.....	32
Frekuensi Keterdedahn Iklan Sosis.....	32
Persepsi tentang Iklan Sosis di Televisi.....	33
Slogan Iklan Sosis.....	33
Musik Iklan Sosis.....	33
Model Iklan Sosis.....	33
Citra Produk Sosis.....	34
Kemasan.....	34
Cita rasa.....	34
Aspek Kandungan Gizi.....	35
Harga.....	35
Hubungan Karakteristik Siswa SMA Negeri 5 Bogor dengan Keterdedahan Tayangan Iklan Sosis di Televisi.....	35
Hubungan Karakteristik Siswa SMA Negeri 5 Bogor dengan Persepsi tentang Iklan Sosis di Televisi.....	35
Hubungan Perilaku Menonton dengan Persepsi tentang Iklan Sosis di Televisi.....	36
Hubungan Perilaku Menonton dengan Keterdedahan Iklan Sosis di Televisi.....	37
Hubungan Keterdedahan Iklan Sosis di Televisi dengan Citra Produk Sosis.....	38
Hubungan Persepsi tentang Iklan Sosis di Televisi dengan Citra Produk Sosis.....	39
KESIMPULAN DAN SARAN.....	40
Kesimpulan.....	41
Saran.....	41
UCAPAN TERIMA KASIH.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	44
	46

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Karakteristik Siswa SMA Negeri 5 Bogor.....	26
2. Karakteristik Siswa SMA Negeri 5 Bogor tentang Pengetahuan Gizi.....	28
3. Perilaku Menonton Televisi.....	30
4. Rataan Skor Keterdedahan Siswa terhadap Tayangan Iklan Sosis di Televisi.....	32
8. Rataan Skor Persepsi Siswa Tentang Iklan Sosis di Televisi.....	33
9. Rataan Skor Citra Produk Sosis.....	34
10. Hubungan Karakteristik Siswa SMA Negeri 5 Bogor dengan Keterdedahan Tayangan Iklan Sosis di Televisi.....	36
11. Hubungan Karakteristik Siswa SMA Negeri 5 Bogor dengan Persepsi tentang Iklan Sosis di Televisi.....	36
12. Hubungan Perilaku Menonton dengan Persepsi tentang Iklan Sosis di Televisi.....	37
13. Hubungan Perilaku Menonton dengan Keterdedahan Iklan Sosis di Televisi.....	38
14. Keterdedahan Iklan Sosis di Televisi dengan Citra Produk Sosis.....	39
15. Persepsi tentang Iklan Sosis di Televisi dengan Citra Produk Sosis...	40