

**PENGARUH IKLAN DANA BEBAS DRAMA DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DI
KOTA SEMARANG**

SKRIPSI



**Disusun oleh :
TJIO, EXCEL MARCELLINO
18.M1.0015**

**Dosen Pembimbing:
Abraham W. Nugroho, S.I.Kom., M.A
Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

**PENGARUH IKLAN DANA BEBAS DRAMA DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DI
KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Pada Program Studi
Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Soegijapranata Semarang



**Disusun oleh:
TJIO EXCEL MARCELLINO
18.M1.0015**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

PENGARUH IKLAN DANA BEBAS DRAMA DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNAAN APLIKASI DI KOTA SEMARANG

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 29 Agustus 2022



Tjio Excel Marcellino

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

PENGARUH IKLAN DANA BEBAS DRAMA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DI KOTA SEMARANG

Disusun oleh :

Nama : Tjio, Excel Marcellino

NIM : 18.M1.0015

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal : 29 Agustus 2022

Dosen Penguji :

1 Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A.

(.....)

2 Rotumiar Pasaribu. S.S., M.I.Kom.

(.....)

3 Emanuela Agra S.K.D., S.I.Kom., M.A.

(.....)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :
15 September 2022



Marcella E

(Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, S.H., CN., M.Hum)

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH IKLAN DANA BEBAS DRAMA DI TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun oleh:

Tjio, Excel Marcellino
18.M1.0015

Semarang, 29 Agustus 2022

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua



ABRAHAM WAHYU NUGROHO S.I.KOM., M.A.

ROTUMIAR PASARIBU. S.S., M. I. KOM.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tjio, Excel Marcellino

NIM : 18.M1.0015

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“PENGARUH IKLAN DANA BEBAS DRAMA DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DI KOTA SEMARANG”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap menyantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 29 Agustus 2022



Tjio, Excel Marcellino

18.M1.0015

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala berkat dan kebaikan-Nya yang telah membuat penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan DANA Bebas Drama Di Televisi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Di Kota Semarang” dengan baik dan lancar, sebagai syarat untuk menyelesaikan ujian akhir Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Hukum Dan Komunikasi Unika Soegijapranata.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak yang selalu memberikan yang terbaik dan doa bagi penulis. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan kesanggupan dan kelancaran bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
2. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A. sebagai Dosen Pembimbing 1 yang selalu memberikan bimbingan dan koreksi sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik.
3. Rotumiari Pasaribu. S.S., M. I. Kom. sebagai Dosen Pembimbing 2 yang bersedia memberikan waktu untuk bimbingan dan berdiskusi sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik.
4. Emanuela Agra S.K.D.,S.I.Kom., M.A sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan koreksi dan evaluasi sehingga penulisan skripsi ini lebih baik.
5. Orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan penuh semangat.

6. Kakak-kakak penulis yang selalu membantu dan memberi dukungan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Teman-teman yang selalu menghibur dan memberi dukungan bagi penulis selama proses menyusun skripsi ini.

Bantuan dan dukungan dari orang-orang yang telah penulis sebut sangat berarti dan berguna bagi penulis dalam upaya menyusun skripsi ini. Penulis bersyukur dapat menyelesaikan skripsi dengan baik berkat dukungan-dukungan yang penulis terima dari mereka.

Akhir kata, semoga laporan yang jauh dari kata sempurna ini dapat berguna bagi semua pihak.

Semarang, 29 Agustus 2022



Tjio Excel Marcellino

18.M1.0015

ABSTRAK

Banyaknya pengusaha yang menjual produk yang sama sehingga menuntut pengusaha untuk berinovasi agar tetap kompetitif. Untuk memenangkan persaingan, para pengusaha menerapkan berbagai strategi untuk memperkenalkan produknya dan meningkatkan penjualan. Salah satu strategi perusahaan adalah promosi. Media TV dinilai paling efektif dibandingkan media lainnya. Tujuan dari mempromosikan produk adalah untuk mempengaruhi sikap khalayak, dalam hal ini tentunya konsumen. Perkembangan teknologi yang terjadi, pertumbuhan dompet digital atau *E-Wallet* pun terus meningkat. *E-Wallet* memiliki fungsi untuk memudahkan pengguna dalam menyimpan uang dalam bentuk elektronik, sehingga pengguna dapat bertransaksi dengan mudah, aman, efisien, dan efektif. Salah satu pilihan *E-Wallet* adalah DANA. DANA merupakan layanan dompet digital yang diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, perusahaan rintisan asal Indonesia yang bergerak di bidang teknologi finansial atau *fintech* yang memberikan layanan pembayaran bagi masyarakat Indonesia dalam bertransaksi secara nontunai dan nonkartu. Melalui iklan DANA Bebas Drama ini, DANA ingin memberikan pengertian bahwa DANA dapat menjadi andalan dalam memberikan layanan dompet digital yang praktis dalam melakukan pembayaran saat transaksi dan dalam pengelolaan dana pengguna. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh iklan DANA Bebas Drama di televisi terhadap keputusan penggunaan aplikasi di Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif yang didukung dengan metode kuesioner. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 orang yang menggunakan aplikasi DANA dalam kurun waktu enam bulan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel periklanan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisiennya adalah 0,326. Artinya hipotesis alternatif dalam penelitian ini diterima. Oleh karena itu, iklan DANA bebas drama di televisi berdampak positif pada keputusan penggunaan aplikasi. Dari hasil analisis regresi linier sederhana dapat dikatakan bahwa nilai koefisien regresi adalah positif dan arah pengaruh variabel periklanan terhadap variabel keputusan pembelian adalah positif. Oleh karena itu, semakin menarik iklan DANA bebas drama ditayangkan, semakin ditentukan penggunaan aplikasi tersebut di Kota Semarang.

Kata Kunci: Iklan, Keputusan Penggunaan, Perkembangan Teknologi

ABSTRACT

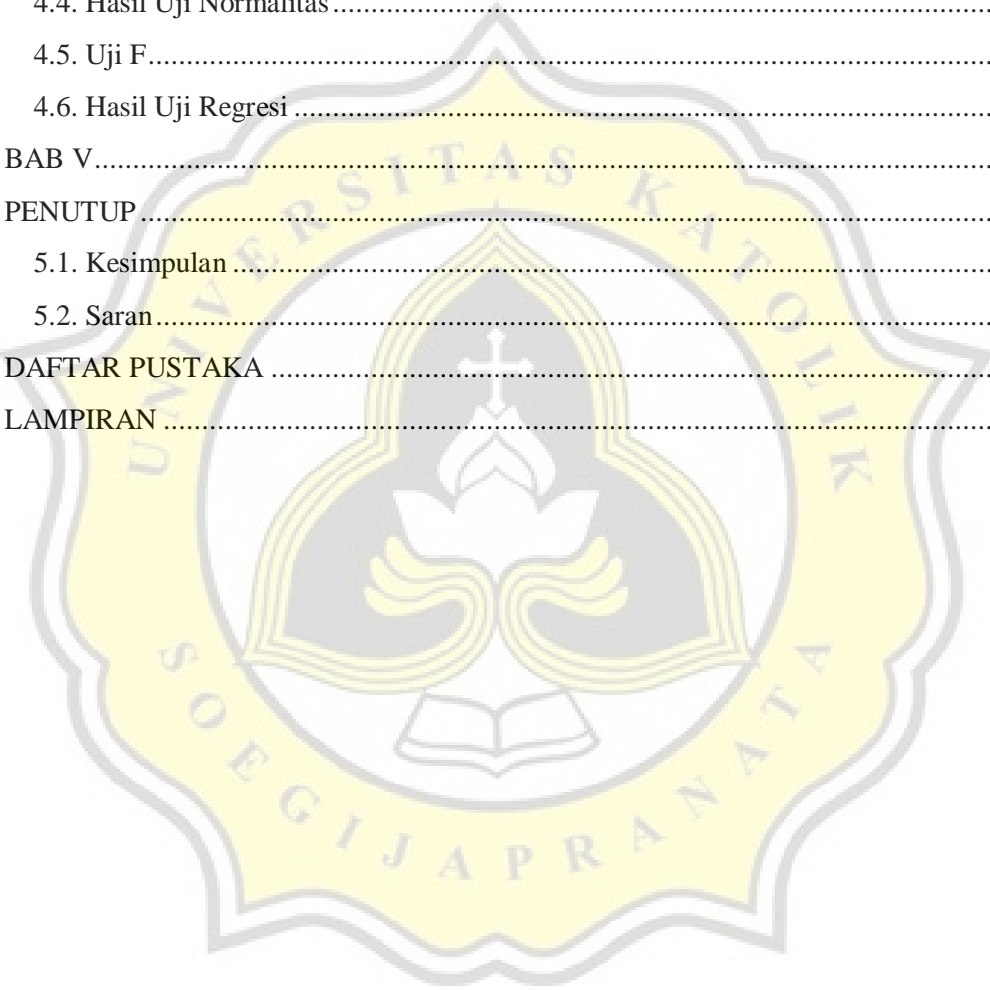
The number of entrepreneurs who sell the same product continues to demand entrepreneurs to apply in order to remain competitive. To win the competition, entrepreneurs apply various strategies to sell and increase sales. One of the company's strategies is promotion. TV media is considered the most effective compared to other media. The purpose of promoting a product is to influence the attitude of the audience, in this case of course the consumer. Technological developments that occur, the growth of digital wallets or E-Wallet continues to increase. E-Wallet has a function to make it easier for users to save money in electronic form, so that users can transact easily, safely, efficiently, and effectively. One of the E-Wallet options is DANA. DANA is a digital wallet service managed by PT Espay Debit Indonesia Koe, an Indonesian startup engaged in financial technology or fintech that provides payment services for the Indonesian people in non-cash and non-card transactions. Through this drama-Free DANA advertisement, DANA wants to provide an understanding that DANA can be a mainstay in providing digital wallet services that are practical in making payments during transactions and in managing user funds. The purpose of this study was to determine whether there was an effect of DANA Free Drama advertisement on television on the decision to use the application in the city of Semarang. The research method used in this study is a quantitative method which is supported by a questionnaire method. The sample used in this study was 100 people who used the DANA application within a period of six months. The analytical technique used in this study is a simple analytical technique. The results showed that the advertising variable had a significance value of $0.000 < 0.05$ and the coefficient was 0.326. This means that the hypothesis in this study is accepted. Therefore, drama-free DANA advertisements on television have a positive impact on app usage decisions. From the results of simple linear regression analysis, it can be said that the regression coefficient is positive and the direction of the influence of the variable on advertising the purchasing decision variable is positive. Therefore, the more attractive the drama-free DANA advertisements on television, the more determined the use of the application in the city of Semarang.

Keywords: Advertising, Usage Decision, Technological Development

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Iklan.....	11
2.3. Keputusan Penggunaan.....	17
2.4. Hipotesis	19
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN	20
3.1. Metode	20
3.2. Populasi.....	20
3.3. Sampel	20
3.4. Operasional Variabel	22
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	23
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7. Teknik Analisis Data	24
3.7.1. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	24
3.8. Tata Kala Penelitian.....	28
BAB IV	29

HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Profil Responden	29
4.2. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	31
4.3. Tanggapan Responden.....	33
4.3.1. Tanggapan Responden Variabel Iklan	34
4.3.2. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Penggunaan	41
4.4. Hasil Uji Normalitas	46
4.5. Uji F.....	50
4.6. Hasil Uji Regresi	51
BAB V.....	53
PENUTUP.....	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik Per 28 Oktober 2021	3
Gambar 1.2 Logo Dana	3
Gambar 1.3 Data Belanja Iklan Televisi pada Tahun 2013-2019	5
Gambar 1.4 Iklan DANA Bebas Drama di Televisi	6
Gambar 4.1. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 13.....	6
Gambar 4.2. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 23.....	7
Gambar 4.3. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 33.....	8
Gambar 4.4. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 43.....	9
Gambar 4.5. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 5	40
Gambar 4.6. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 6	41
Gambar 4.7. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan Indikator 1	43
Gambar 4.8. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan Indikator 2.....	44
Gambar 4.9. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan Indikator 3.....	45
Gambar 4.10. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan Indikator 4.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	23
Tabel 3.2. Tata Kala Penelitian.....	29
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	30
Tabel 4.2. Usia Responden.....	30
Tabel 4.3. Pendidikan Responden.....	31
Tabel 4.4. Pendapatan per bulan Responden.....	32
Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Iklan.....	32
Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan.....	33
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.8. Kategori Mean dari Skor Interval.....	34
Tabel 4.9. Tanggapan Responden tentang Iklan.....	34
Tabel 4.10. Tanggapan Responden tentang Keputusan Penggunaan.....	41
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.12. Hasil Uji F.....	47
Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi (uji t).....	47

