

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr...wb....

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT serta shalawat dan salam bagi Rasulullah SAW, seluruh keluarganya, sahabat- sahabatnya, dan para pengikutnya. Syukur tak terhingga penulis ucapkan atas selesainya penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fisip UMA” yang mana menjadi salah satu untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangannya. Untuk itu setiap kritik yang bersifat konstruktif yang berhubungan dengan penyempurnaannya akan penulis terima dengan senang hati.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis memperoleh banyak sekali bantuan baik secara moril maupun material dari banyak pihak yang tentunya tidak ternilai harganya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Prof. DR. A. Ya'kub Matondang, MA. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak DRS. H. Irwan Nasution. SPD. MAP, selaku Dekan Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.

3. Ibu Dra. Nina Siti Salmaniah Siregar, MSi. selaku ketua Jurusan Ilmu komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak Yan Hendra, S. Sos. MSi, selaku Dosen Pembimbing I penulis, juga sekaligus sebagai sumber inspirasi bagi penulis dalam penelitian skripsi ini.
5. Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan, Msi, selaku Dosen Pembimbing II penulis, dan juga Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Terima kasih atas pengetahuan dan wawasan baru yang diberikan kepada penulis, semua itu sangat berarti bagi penulis.
6. Ibu Rehia K. Isabella Barus, S. Sos, Msi, selaku Dosen Wali Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Terima kasih yang tulus penulis sampaikan atas ilmu dan pengetahuan serta wawasan baru yang diberikan kepada penulis, semua itu sangat berarti bagi penulis.
7. Seluruh dosen/ Staf pengajar serta Staf administrasi di Fakultas Ilmu social dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, khususnya para Dosen Ilmu Komunikasi. Terima kasih yang tulus penulis sampaikan atas jasa- jasa yang telah diberikan selama perkuliahan.
8. Seluruh keluarga terutama Ayahanda dan Ibunda yng sudah memberikan dukungan moril maupun materil yang tidak ternilai harganya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik dan tepat waktunya. Cinta, kasih dan sayangku hanya untukmu ayah – bunda.

9. Sahabat penulis, Dewi Muliani, Delima Pardede, Oksi, Maimunis, Abednego, Novita, Yulinda sari, jhon P, Aton Wibowo. Kukuh Anugrah, Rinda, dan Yuni kurniati yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan perhatian dalam melakukan aktivitas perkuliahan. Terima kasih telah menjadi sahabat yang baik penulis.
10. Teman –teman seperjuangan dan seangkatan serta Adik- adik Ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Medan Area. Terima kasih atas dukungan dan partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan, semoga Allah SWT akan senantiasa membalasnya dengan limpahan rahmat kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa dalam penulis skripsi ini banyak terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran bagi penyempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Harapan penulis semoga skripsi ini kelak dapat berguna bagi siapa saja yang butuh dakan pengetahuan dan dapat menjadi sumber inspirasi dengan cara apapun. Dan jika terdapat kesalahan penulis memohon maaf dan menerima kritik serta saran yang bersifat membangun.

Medan, Februari 2012

Penulis

SAIFUL DARMAWAN
08 853 0003

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Manfaat.....	5
E. Kerangka Pemikiran.....	6
F. Hipotesis.....	11
BAB II URAIAN TEORITIS	
A. Televisi	
1. Media Massa Televisi.....	13
2. Sejarah Singkat Televisi.....	15
3. Perkembangan Televisi.....	16
4. Karakteristik Media televisi.....	17
B. Periklanan	
1. Pengertian Iklan.....	18
2. Unsur – Unsur Iklan.....	20

3. Manfaat Periklanan.....	22
4. Tujuan Periklanan.....	23
5. Minat Beli.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian.....	27
B. Populasi dan Sampel.....	27
C. Metode Pengumpulan Data.....	28
D. Kerangka Konsep.....	29
E. Model Teoritis.....	30
F. Operasional Variabel.....	30
G. Defenisi Operasional.....	31
H. Metode Analisa Data.....	34

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat dan Latar Belakang UMA.....	36
B. Azas dan Tujuan.....	37
C. Visi, Misi, Peran, Fungsi, dan Citra.....	39
D. Penyelenggara.....	42
E. Organisasi.....	43
F. Lokasi dan Denah Kampus UMA.....	50
G. Profil Fakultas Ilmu dan Ilmu Politik.....	53
H. Unsur Pimpinan Fakultas dan Program.....	55

BAB V ANALISIS DATA

A. Penyajian Data.....	56
B. Pembahasan Data.....	59
C. Uji Hipotesis.....	83

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Operasional Tabel.....	31
Tabel 2. Keadaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 3. Keadaan Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. Frekuensi Menonton Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	59
Tabel 5. Durasi Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	60
Tabel 6. Model/ Bintang Iklan Yang Dipakai Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	61
Tabel 7. Kejelasan Isi Pesan Dalam Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	62
Tabel 8. Bahasa Yang Dipakai Iklan Rokok Sampoerna A Mild Di Televisi Swasta.....	63
Tabel 9. Gambar Yang Dihasilkan Dalam Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	64
Tabel 10. Alur Cerita Dalam Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	65
Tabel 11. Lambang Dalam Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	66

Tabel 12.	Slogan Dalam Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	67
Tabel 13.	Harga Yang Ditawarkan Dalam Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	68
Tabel 14.	Penyampaian Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta Terhadap Perhatian Mahasiswa.....	69
Tabel 15.	Ketertarikan Diri Terhadap Produk Sampoerna A Mild...	70
Tabel 16.	Rasa Ingin Membeli.....	71
Tabel 17.	Hasrat Untuk Membeli.....	72
Tabel 18.	Mencari Informasi Yang Lebih Tentang Produk Sampoerna A Mild.....	73
Tabel 19.	Rokok Sampoerna A Mild.....	74
Tabel 20.	Daya Tarik Rokok Sampoerna A Mild Di Televisi Swasta.....	75
Tabel 21.	Pengaruh Merokok.....	76
Tabel 22.	Keputusan Untuk Membeli dan Menggunakan.....	77
Tabel 23.	Rokok Sampoerna A Mild DiTelevisi Swasta Bebas (X) Pengaruh Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Televisi Swasta.....	78
Tabel 24.	Rokok Sampoerna A Mild DiTelevisi Swasta Terikat (Y) Minat Beli Mahasiswa.....	80
Tabel 25.	Koefisien Korelasi Antara Variabel Bebas (X) Dengan Variabel Terikat (Y).....	82

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar	1. Model Teori S-O-R.....	7
Gambar	2. Model Teori S-O-R Ditarik Kepada Pembahasan.....	7
Gambar	3. Model Teoritis.....	30
Gambar	4. Struktur Organisasi UMA.....	49
Gambar	5. Gambar UMA.....	52

