



**ANALISIS KUALITATIF RESPON MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER TERHADAP IKLAN ROKOK
SAMPOERNA A MILD DI MEDIA TELEVISI**

*The Qualitative Analysis of Economic Faculty Student Responses at Jember
University on Sampoerna A Mild Cigarettes Advertising in Media Television*

SKRIPSI

Oleh :

FAJAR ADIANTO
NIM. 070810291116

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2012**



**ANALISIS KUALITATIF RESPON MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER TERHADAP IKLAN ROKOK
SAMPOERNA A MILD DI MEDIA TELEVISI**

*The Qualitative Analysis of Economic Faculty Student Responses at Jember
University on Sampoerna A Mild Cigarettes Advertising in Media Television*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

FAJAR ADIANTO

NIM. 070810291116

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fajar Adianto

NIM : 070810291116

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “Analisis Kualitatif Respon Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember terhadap Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Media Televisi ” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Oktober 2012

Yang menyatakan,



Fajar Adianto

PENGESAHAN

**ANALISIS KUALITATIF RESPON MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER TERHADAP IKLAN ROKOK
SAMPOERNA A MILD DI MEDIA TELEVISI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Fajar Adianto
NIM : 070810291116
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar
Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si :.....
NIP. 19661020 199002 2 001
Sekretaris : Drs. Moch.Syahrudin :.....
NIP. 19550919 198503 1 001
Anggota : Drs. Adi Prasdjo, MP :.....
NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Dr. Mochammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

NIP. 19560831 198403 1 002

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Kualitatif Respon Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Jember terhadap Iklan Rokok Sampoerna A
Mild di Media Televisi

Nama : Fajar Adianto
NIM : 070810291116
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D

NIP. 19660408 199103 1 001

Drs. Adi Prasdjo, MP

NIP. 19550516 198703 1 001

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

Disetujui Tanggal :

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Ayahku Mas'ud dan Ibunda Titik Mujiati, terimakasih atas segala bimbingan, doanya dan dukungannya
2. Kakaku dan adikku yang memberikan semangat.
3. Teman-temanku angkatan 2007, Galih, Yoga, Adit, Acong, Namda, Laylatul Badriyah terima kasih dukungannya.
4. Almamaterku tercinta.

MOTTO

Menjadi manusia seutuhnya mahal harganya sehingga hanya sedikit orang yang memiliki cinta dan keberanian untuk membelinya. Seseorang harus melepaskan hasrat untuk mencari aman dan harus menghadapi risiko hidup dengan kedua belah tangannya. Seseorang harus memeluk kehidupan seperti memeluk seorang kekasih.

Morrist West

RINGKASAN

Analisis Kualitatif Respon Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember terhadap Iklan Rokok Sampoerna A Mild di Media Televisi; Fajar Adianto, 070810291116; 2012: 70 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Periklanan merupakan elemen promosi yang dilakukan oleh semua perusahaan dalam mengkomunikasikan, menyampaikan dan menanamkan suatu persepsi di benak konsumen tentang bagaimana karakteristik produk, fungsi dan manfaat, serta memungkinkan untuk mencapai segi-segi yang masih bisa diraih oleh produsen. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui respon mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember terhadap iklan rokok Sampoerna A Mild di media televisi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memaparkan sesuatu dengan cara mendiskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi yang saat ini terjadi. Metode tersebut dengan cara, mengumpulkan data berdasarkan jawaban responden yang berasal dan daftar pertanyaan (kuesioner) yang diajukan. Daftar pertanyaan (kuesioner) tersebut berisi tentang respon iklan rokok Sampoerna A Mild di media televisi oleh mahasiswa. Variabel yang dianalisis adalah iklan yang terdiri dari isi pesan, format, struktur iklan dan sumber iklan. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan mulai sejak awal sampai sepanjang proses penelitian berlangsung. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh dari berbagai macam teknik pengumpulan data misal wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip). Bentuk lain dari data kualitatif adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video.

Respon mahasiswa FE Universitas Jember terhadap Iklan A Mild menunjukkan bahwa iklan rokok A Mild menarik dan sesuai dengan tema iklan rokok A Mild yang alami, memiliki format dan struktur iklan yang mampu membujuk dan mempengaruhi konsumen. Penyampaian informasi dalam iklan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh mahasiswa FE Universitas Jember dan lebih banyak menggunakan kata-kata persuasif atau bujukan dengan tujuan agar mahasiswa FE Universitas Jember tertarik untuk membeli atau mencobanya. Karena iklan bersifat membujuk dan mempengaruhi, maka dalam penyampaiannya harus menggunakan bahasa yang informatif, komunikatif, dan menarik perhatian.

SUMMARY

The Qualitative Analysis of Economic Faculty Student Responses at Jember University on Sampoerna A Mild Cigarettes Advertising in Media Television: Fajar Adianto, 070810291116, 2012, 70 pages, the Management Departement, the Faculty of Economic, Jember University

Advertising is a promotional element carried by all companies to communicate, deliver and meenanamkan a perception in the minds of consumers about how the product characteristics, functions and benefits, as well as enabling it to achieve the aspects that can still be achieved by the manufacturer. The research objective was to determine the response of students of the Faculty of Economics, University of Jember the Sampoerna A Mild cigarette advertising on television.

This research was a qualitative study aimed to describe something in a way to describe, record, analyze, and interpret the conditions when this happens. The method was a way, collecting data based on respondents' answers and a list of questions (questionnaire) was proposed. The list of questions (questionnaire) provides for response Sampoerna A Mild cigarette advertising on television media by students. The variables analyzed were advertisements consisting of message content, format, structure, advertising and advertising sources. Data analysis in qualitative research conducted from the whole process from beginning to study. Qualitative data is data in the form of words, not in the form of numbers. Qualitative data obtained from a variety of data collection techniques eg interview, document analysis, the discussion focused, or observations that have been outlined in the notes field (transcript). Another form of qualitative data was obtained through shooting images or video footage.

Response to FE students Jember University showed that Ad A Mild cigarette A Mild clan interest and in accordance with the A Mild cigarette advertising theme that is natural, has a format and structure that is able to persuade and advertising affects consumers. Submission of the information in the ads use language that is easily understood by students of the University Faculty Jember and more use of persuasive words or inducements in order Jember University FE students are interested to buy or try it. Because advertising is to persuade and influence, then the delivery should use language that is informative, communicative, and attract attention.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- a. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Adi Prasodjo, MP selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
- c. Teman-temanku angkatan 2007
- d. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 11 Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| ABSTRAKSI | viii |
| ABSTRACT | ix |
| RINGKASAN | x |
| SUMMARY | xii |
| PRAKATA | xiv |
| DAFTAR ISI | xv |
| DAFTAR TABEL | xix |
| DAFTAR GAMBAR | xx |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxi |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Landasan Teori | 10 |
| 2.1.1 Promosi | 10 |
| 2.1.2 Iklan | 11 |
| 2.1.3 Media Televisi Sebagai Media Periklanan | 16 |
| 2.1.4 Perilaku Konsumen | 22 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian | 22 |
| 2.2 Landasan Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 28 |

| | |
|--|-----------|
| BAB 3. METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 32 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data | 32 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data | 33 |
| 3.4 Penentuan Informan | 34 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel..... | 34 |
| 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas | 35 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 36 |
| 3.8 Kerangka Pemecahan Masalah | 39 |
| BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 41 |
| 4.1.1 Sejarah PT HM Sampoerna Tbk | 41 |
| 4.1.2 Sejarah Sampoerna A Mild | 43 |
| 4.1.3 Iklan Sampoerna A Mild Sekarang | 45 |
| 4.2 Hasil Analisis Data | 50 |
| 4.2.1 Iklan A Mild sebagai Iklan Masyarakat | 50 |
| 4.2.2 Respon Mahasiswa terhadap Tema Iklan A Mild | 54 |
| 4.2.3 Respon Mahasiswa terhadap Pesan Iklan A Mild | 61 |
| 4.2.4 Respon Mahasiswa FE Universitas Jember Terhadap Struktur Iklan Rokok A Mild | 65 |
| 4.2.5 Respon Mahasiswa FE Universitas Jember tentang Format iklan | 67 |
| 4.2.6 Penilaian Mahasiswa FE Universitas Jember terhadap Sumber Iklan | 68 |
| 4.3 Hasil Analisis Data | 69 |
| 4.3.1 Respon Mahasiswa terhadap Tema Iklan A Mild | 69 |
| 4.3.2 Respon Mahasiswa terhadap Pesan Iklan A Mild | 69 |
| 4.3.3 Respon Mahasiswa FE Universitas Jember Terhadap Struktur Iklan Rokok A Mild | 70 |
| 4.3.4 Respon Mahasiswa FE Universitas Jember tentang Format iklan | 70 |
| 4.3.5 Penilaian Mahasiswa FE Universitas Jember terhadap Sumber Iklan | 70 |

| | |
|---|-----------|
| BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 72 |
| 5.1 Kesimpulan | 72 |
| 5.2 Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Bagan Alat-Alat Promosi | 11 |
| 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu | 28 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Bagan Proses Pengambilan Keputusan | 24 |
| 2.2 Kerangka Konseptual | 31 |
| 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah | 39 |
| 4.1 Iklan A Mild Versi Tanya Kenapa..... | 47 |
| 4.2 Iklan Kalo Gampang Kenapa Dibuak Susah | 48 |
| 4.3 Contoh Iklan A Mild | 57 |
| 4.4 Contoh Iklan A Mild | 60 |
| 4.5 Contoh Iklan A Mild | 62 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Gambar Iklan A Mild