

**TINGKAT PENGETAHUAN IBU RUMAH TANGGA DI
SURABAYA MENGENAI IKLAN TELEVISI LIFEBOUY
*ACTIVSILVER FORMULA***

SKRIPSI



Disusun Oleh :
Gabriella Garnis Mekarsari
NRP. 1423014003

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2018**

SKRIPSI

**TINGKAT PENGETAHUAN IBU RUMAH TANGGA DI
SURABAYA MENGENAI IKLAN TELEVISI LIFEBOUY
*ACTIVSILVER FORMULA***

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh :
Gabriella Garnis Mekarsari
NRP. 1423014003

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Gabriella Garnis Mekarsari

NRP : 1423014003

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**TINGKAT PENGETAHUAN IBU RUMAH TANGGA DI
SURABAYA MENGENAI IKLAN TELEVISI LIFEBOUY
*ACTIVSILVER FORMULA***

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar saya dicabut.

Surabaya, 24 Januari 2018

Penulis



Gabriella Garnis Mekarsari

NRP. 1423014003

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

TINGKAT PENGETAHUAN IBU RUMAH TANGGA DI SURABAYA MENGENAI IKLAN TELEVISI LIFEBOUY *ACTIVSILVER FORMULA*

Oleh:

Gabriella Garnis Mekarsari

NRP: 1423014003

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647


(_____)

Pembimbing II : Dra. Sri Moerdijati, M.S.

NIK. 142.LB.0852


(_____)

Surabaya, 04 Januari 2018

HALAMAN PENGESAHAN

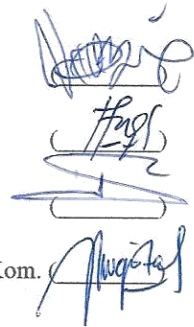
Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Rabu, tanggal 17 Januari 2018

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan
Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si
NIK. 142.09.0647



Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji: Noveina Silviyani Dugis, S.Sos., M.A.
NIK. 142.11.0708
2. Sekretaris : Dra. Sri Moerdijati, M.S.
NIK. 142.LB.0852
3. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK. 142.09.0647
4. Anggota : Brigitta Revia S. F, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 142.15.0849



**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Gabriella Garnis Mekarsari

NRP : 1423014003

Menyetujui Skripsi saya

Judul : **Tingkat Pengetahuan Ibu Rumah Tangga di Surabaya
Mengenai Iklan Televisi Lifebuoy *ActivSilver Formula***

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Januari 2018

Yang menyatakan,



Gabriella Garnis Mekarsari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebelum penulis mempersembahkan skripsi ini, izinkan penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat perlindungan dan rahmat-Nya penulis dapat melaksanakan skripsi selama tiga bulan lebih. Di sisi lain, penulis bersyukur atas *support* yang sangat luar biasa diberikan dari kedua orang tua dan seluruh keluarga kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Penulis merasa bersyukur karena *support* tersebut didapatkan pula dari berbagai pihak, antara lain para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang bersedia memberikan ilmu kepada penulis serta segala masukan yang dapat membantu melancarkan skripsi ini. Tak lupa pula untuk mengucapkan terima kasih kepada teman-teman penulis, yang turut memberikan motivasi serta menjadi penghibur untuk memacu penulis agar tetap semangat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk pengorbanan kecil untuk masa depan yang lebih baik. Berbagai hambatan telah terjadi, namun terdapat satu kalimat sederhana yang selalu penulis pegang dari sebuah penggalan lagu:

“What Doesn’t Kill You Make You Stronger”

-Kelly Clarkson-

Penulis

Surabaya, 24 Januari 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas berkat penyertaan-Nya, penulis telah diberikan jalan perlindungan, serta kelancaran untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “TINGKAT PENGETAHUAN IBU RUMAH TANGGA DI SURABAYA MENGENAI IKLAN TELEVISI *LIFEBUOY ACTIVSILVER FORMULA*”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan, penulisan skripsi ini berisikan penelitian terhadap pengetahuan ibu rumah tangga di Surabaya mengenai iklan televisi *Lifebuoy ActivSilver Formula*. Proses komunikasi dari pesan iklan tersebut dapat memberikan efek kognitif pada ibu rumah tangga di Surabaya, sehingga membuat bertambahnya pengetahuan mereka dari tidak tahu menjadi tahu. Oleh karena itu, penelitian tentang pengetahuan menjadi penting karena sebelum terjadi tindakan lebih lanjut diperlukan adanya penerimaan pengetahuan.

Terselesaikannya skripsi ini tentu tidak lepas dari *support* di kehidupan penulis. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang turut serta dalam membimbing dan memberikan dukungan, sehingga pengerjaan skripsi ini dapat berjalan lancar:

1. Kepada Mama dan Papa penulis yang selalu memberikan semangat serta doa kepada penulis, dan percaya bahwa penulis bisa menyelesaikan tanggung jawab ini dengan sebaik mungkin, mulai dari awal mula penulis melaksanakan perkuliahan di awal semester hingga pengerjaan skripsi ini.

2. Kepada dosen pembimbing penulis Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si, dan Ibu Dra. Sri Moerdijati, M.S, yang selalu setia membimbing, memberikan ilmu dan inspirasi pada proses pengerjaan skripsi. Terima kasih banyak untuk Ibu Yuli yang selalu bersedia menjadi dosen pembimbing spiritual penulis dan selalu mendorong semangat agar bisa selesai 3,5 tahun. Saya pun sangat bersyukur bisa mendapatkan dosen pembimbing seperti Ibu Moer, yang selalu mendorong penulis untuk mampu mengerahkan segala kemampuan dan percaya bahwa penulis bisa melakukannya dengan baik dan lancar.
3. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang selalu memacu penulis untuk segera menyelesaikan segala proses studi di kampus, serta para staff fakultas yang selalu bersedia membantu proses pembuatan surat menyurat serta persyaratan lainnya saat rangkaian pengerjaan tugas akhir, mulai dari riset hingga skripsi ini.
4. Ter-spesial untuk *Squad* Dukun SPSS, yang terdiri atas Amanda, Deby, Felita, , Vero, dll, yang selalu bertemu di *basecamp* “Fakultas” untuk membahas segala lika-liku analisis hingga perhitungan SPSS. Terima kasih juga untuk April yang sempat menjadi guru 1 hari ku. Tidak lupa juga terima kasih yang terdalam untuk semua pejuang bimbingan Bu Moer, yaitu Hera, Hellen, Lauren, Vivi, dan lainnya, atas kerjasama kalian yang luar biasa. Semoga langkahku untuk menyelesaikan skripsi ini lebih awal bisa memberikan semangat pula bagi kalian untuk segera menyelesaikannya. Terima kasih juga penulis ucapkan buat teman-teman terdekat penulis di kampus, Thalia, Oblias, Alfred, Patrice, dan Elbert. Terima kasih untuk adek Dea Oktari dan Rebecca

Martha, semoga kalian bisa belajar juga bagaimana proses terjun lapangan untuk membuat skripsi ini.

5. Untuk semua Fikomers 2014. Segala suka duka sudah kita lewati bersama mulai dari PPK, LKMM, berkenalan dengan Pengantar Ilmu Komunikasi, Teori Komunikasi, Komunikasi Antar Pribadi, MPS, MPK, Riset, KP, hingga Seminar-Skripsi ini. Apalagi buat teman-teman Fikomers yang masuk dalam Organisasi Kemahasiswaan, *thank you so much* buat semua kerjasamanya and *i will miss you all, specially to my BEM Fikom*. Kesulitan membagi waktu antara tugas ormawa dan perkuliahan terkadang memang sulit untuk dibagi, namun terjun bersama-sama dengan kalian dalam proses tersebut membuat segalanya tetap terasa menyenangkan bagi penulis.
6. Penulis merasa perlu mengucapkan terima kasih pula kepada semua sahabat dan teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu per-satu, baik itu yang berada di luar kampus maupun yang ada di dalam kampus. Tanpa sahabat dan teman-teman ini, penulis tidak pernah bisa mengambil waktu untuk beristirahat sejenak dan menghabiskan hari dengan penuh candaan, sebagai obat penyemangat dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
7. Penulis tidak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga penulis, baik itu kedua adik hingga saudara-saudara penulis. Pada akhirnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih pula kepada Daniel Rinaldo Kimbal yang selalu ada dalam proses pengerjaan skripsi ini, yang mau menemani dan meminjamkan akses kartunya saat penulis mengunjungi tempat perpustakaan di kampus lain.

Demikian penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya atas dukungan dari berbagai pihak. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan banyak sekali masukan, kritik serta saran untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	14
I.3 Tujuan Penelitian	15
I.4 Batasan Masalah	15
I.5 Manfaat Penelitian	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Kerangka Teori	16
II.1.1 Proses Komunikasi	16
II.1.2 Pengetahuan Sebagai Efek Proses Komunikasi	19
II.1.3 Iklan Televisi	23

II.1.3.1 Terpaan Media	25
II.1.4 Ibu Rumah Tangga	27
II.2 Nisbah Antar Konsep	29
II.3 Bagan Kerangka Konseptual	30

BAB III METODE PENELITIAN

III.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian	31
III.2 Metode Penelitian	31
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	32
III.4 Definisi Konseptual	32
III.5 Definisi Operasional	32
III.6 Populasi dan Sampel	36
III.6.1 Populasi	36
III.6.2 Sampel	37
III.7 Teknik Penarikan Sampel	37
III.7.1 Unit Analisis	41
III.8 Teknik Pengumpulan Data	41
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	41
III.9.1 Uji Validitas	41
III.9.2 Uji Reliabilitas	42
III.10 Teknik Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV.1 Gambaran Subyek Penelitian	46
IV.1.1 Profil PT. Unilever Tbk Sebagai Perusahaan Utama Lifebuoy ..	48
IV.1.2 Profil Lifebuoy Sebagai Komunikator	51
IV.1.3 Deskripsi Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	53
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	63
IV.2.1 Uji Validitas	63

IV.2.2 Uji Reliabilitas	64
IV.3 Hasil Penelitian	64
IV.3.1 Temuan Data dan Pembahasan	64
IV.3.2 Deskripsi Terpaan Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver</i>	
<i>Formula</i>	65
IV.3.2.1 Frekuensi Melihat Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver</i>	
<i>Formula</i>	65
IV.3.2.2 Atensi Melihat Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver</i>	
<i>Formula</i>	67
IV.3.3 Deskripsi Identitas Responden	69
IV.3.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia	70
IV.3.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	72
IV.3.4 Deskripsi Pengetahuan Responden	73
IV.3.4.1 Deskripsi Pengetahuan Produk	74
IV.3.4.2 Deskripsi Pengetahuan Pemakaian	81
IV.4 Pembahasan	84
IV.4.1 Tingkat Pengetahuan Ibu Rumah Tangga di Surabaya Mengenai Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	85
IV.4.2 Tabulasi Silang Antara Terpaan Iklan (Frekuensi dan Atensi) dan Identitas Responden Dengan Indikator Tingkat Pengetahuan Ibu Rumah Tangga di Surabaya Mengenai Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	87
IV.4.2.1 Tabulasi Silang Antara Frekuensi Dengan Indikator Tingkat Pengetahuan Mengenai Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver</i> <i>Formula</i>	87
IV.4.2.2 Tabulasi Silang Antara Atensi Dengan Indikator Tingkat Pengetahuan Mengenai Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver</i> <i>Formula</i>	90

IV.4.2.3 Tabulasi Silang Antara Umur Dengan Indikator Tingkat Pengetahuan Mengenai Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	92
IV.4.2.4 Tabulasi Silang Antara Pendidikan Dengan Indikator Tingkat Pengetahuan Mengenai Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
V.1 Kesimpulan	97
V.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	<i>Top Brand Index (TBI) 2017 Fase 1 Sabun Mandi</i>	6
Tabel I.2	Jumlah Rumah Tangga Hasil Proyeksi 2011-2015 Menurut Kabupaten/Kota	11
Tabel III.1	Jumlah Rumah Tangga Hasil Proyeksi 2011-2015 Menurut Kabupaten/Kota	36
Tabel III.2	Penarikan Sample Terpilih Wilayah Surabaya.....	42
Tabel IV.1	<i>Scene Iklan Lifebuoy ActivSilver Formula</i> di Televisi	55
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Pemakaian	63
Tabel IV.3	Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Pemakaian	64
Tabel IV.4	Frekuensi Melihat Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver</i> <i>Formula</i>	66
Tabel IV.5	Atensi Melihat Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver</i> <i>Formula</i>	67
Tabel IV.6	Usia Responden	70
Tabel IV.7	Pendidikan Responden	72
Tabel IV.8	Deskripsi Pengetahuan Produk	75
Tabel IV.9	Deskripsi Pengetahuan Pemakaian	81
Tabel IV.10	Kategori Tingkat Pengetahuan Responden	85
Tabel IV.11	Deskripsi Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Dua Indikator	85
Tabel IV.12	Tingkat Pengetahuan Ibu Rumah Tangga di Surabaya	86

Tabel IV.13 Frekuensi Dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai Iklan	
Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	88
Tabel IV.14 Atensi Dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai Iklan Televisi	
Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	90
Tabel IV.15 Umur Dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai Iklan Televisi	
Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	93
Tabel IV.16 Pendidikan Dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai Iklan	
Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Grafik Cakupan Rumah Tangga ber PHBS di Kota Surabaya	3
Gambar I.2	Produk Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	7
Gambar II.1	Model Komunikasi Lasswell	16
Gambar IV.1	Logo Unilever	49
Gambar IV.2	Logo Lifebuoy	52
Gambar IV.3	<i>Scene</i> Titi Kamal Dan Christian Sugiono di Iklan Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	76
Gambar IV.4	<i>Scene</i> Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i> Sebagai Sabun Untuk Kuman	78
Gambar IV.5	<i>Scene</i> Sabun Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i> Berwarna Merah	79
Gambar IV.6	<i>Scene</i> Kandungan Silver Pada Alat Kesehatan	80
Gambar IV.7	<i>Scene</i> Indikator Pengetahuan Pemakaian No. 16 Pada Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	82
Gambar IV.8	<i>Scene</i> Indikator Pengetahuan Pemakaian No. 15 Pada Iklan Televisi Lifebuoy <i>ActivSilver Formula</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 2: Hasil Koding 100 Responden	109
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Hasil SPSS	111
Lampiran 4: R-tabel	123

ABSTRAK

Gabriella Garnis Mekarsari NRP. 1423014003. TINGKAT PENGETAHUAN IBU RUMAH TANGGA DI SURABAYA MENGENAI IKLAN TELEVISI LIFEBUOY ACTIVSILVER FORMULA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan ibu rumah tangga di Surabaya mengenai iklan televisi Lifebuoy *Activsilver Formula*. Lifebuoy merupakan produk milik PT. Unilever Tbk yang mengutamakan komitmennya untuk mendukung kehidupan melalui kebersihan serta perlindungan terhadap kuman, dan pesan tersebut seringkali disampaikan kepada ibu untuk menerapkan kebiasaan hidup sehat di keluarga. Penelitian ini mengukur tinggi rendahnya tingkat pengetahuan ibu rumah tangga di Surabaya mengenai iklan dengan melihat efek kognitif yang diterima. Dalam melihat pengetahuan tersebut diukur melalui tiga indikator milik Engel, Blackwell & Miniard yakni pengetahuan produk dan pengetahuan pemakaian. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Penelitian ini menjelaskan tentang proses komunikasi yang menghasilkan efek kognitif (bertambahnya pengetahuan dari tidak tahu menjadi tahu) sebagai hasil dari proses komunikasi menurut teori Harold Laswell. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat pengetahuan ibu rumah tangga di Surabaya mengenai iklan televisi Lifebuoy *ActivSilver Formula* adalah tinggi.

Kata kunci: Tingkat Pengetahuan, Iklan, Ibu Rumah Tangga

ABSTRACT

Gabriella Garnis Mekarsari NRP. 1423014003. LEVEL OF KNOWLEDGE OF HOUSEWIVES IN SURABAYA ABOUT TELEVISION AD LIFEBOUY ACTIVSILVER FORMULA.

This research aims to find out the level of knowledge of housewives in Surabaya about television ad Lifebuoy ActivSilver Formula. Lifebuoy is a product belonging to PT Unilever Tbk that prioritizes it's commitment to support life through hygiene and protection against germs, and the message is often delivered to mothers to apply healthy living habits in the family. This study measured the height of the low level of knowledge of housewives in Surabaya about advertising by looking at cognitive effects are acceptable. In view of such knowledge is measured through three indicators belonging to Engel, Blackwell & Miniard i.e. product knowledge and the knowledge of usage. Researchers use quantitative descriptive approach with method survey. This study describes the communication process that produces cognitive effects (increasing the knowledge of not knowing becomes know) as a result of the communication process according to the theory of Harold Laswell. The results of this study showed the levels of knowledge of housewives in Surabaya about television ad Lifebuoy ActivSilver Formula is high.

Keywords: Knowledge, Advertising Rates, Housewife