



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH TERPAAN IKLAN PANTENE MIRACLES
DI YOUTUBE MELALUI DAYA TARIK IKLAN TERHADAP
SIKAP AUDIENS PADA IKLAN**

(Studi Kasus pada *Audiens* Iklan YouTube Pantene Miracles di Depok)



**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2023



ABSTRAK

NURIFA ANANDA. Pengaruh Terpaan Iklan Melalui Daya Tarik Iklan terhadap Sikap *Audiens* Pada Iklan (Studi Kasus pada *Audiens* Iklan Pantene Miracles di Kota Depok. 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh terpaan iklan melalui daya tarik iklan terhadap sikap audiens pada iklan (studi kasus pada *audiens* iklan Pantene Miracles di Kota Depok). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian eksplanasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan responden sebanyak 100 responden yang menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Pengujian instrument dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan untuk metode analisis data menggunakan uji validitas diskriminan, uji validitas konvergen, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Nilai *T-Value* untuk terpaan iklan terhadap sikap audiens pada iklan Pantene Miracles sebesar 5.825 yang mengartikan bahwa memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai *T-Value* lebih besar dengan nilai *T* tabel (1.96). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik terpaan iklan berlangsung yaitu dalam segi frekuensi, atensi dan durasi yang diterima *audiens*, maka semakin baik juga sikap *audiens* pada iklan. Nilai *T-Value* untuk terpaan iklan terhadap daya tarik iklan Pantene Miracles sebesar 9.772 yang mengartikan bahwa memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai *T-Value* lebih besar dengan nilai *T* tabel (1.96). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik terpaan iklan berlangsung yaitu dalam segi frekuensi, atensi dan durasi yang diterima *audiens*, maka semakin baik juga daya tarik yang diterima *audiens*. Nilai *T-Value* untuk daya tarik iklan terhadap sikap *audiens* pada iklan Pantene Miracles sebesar 5.188 yang mengartikan bahwa memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai *T-Value* lebih besar dengan nilai *T* tabel (1.96). Hal ini menunjukkan tinggi daya tarik yang ada pada iklan maka semakin baik sikap *audiens* pada iklan.

Kata kunci: Iklan, *Audiens*, Sikap

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRACT

NURIFA ANANDA. *The Effect of Ad Exposure Through Advertising Attractiveness on Audience Attitudes to Advertisements (Case Study on Pantene Miracles Advertising Audiences in Depok City. 2023.*

This research aims to find out and analyse how much influence advertising exposure through advertising attractiveness has on the audience's attitude towards advertising (a case study of the Pantene Miracles advertising audience in Depok City). The method used in this research is quantitative, using an explanatory research approach. Collecting data for this study using primary and secondary data. The sampling method in this research used a nonprobability sampling method with a purposive sampling technique with 100 respondents using the Slovin formula. The data analysis technique used in this study is partial least squares (PLS). Instrument testing in this study used validity and reliability tests. As for the method of data analysis using discriminant validity tests, convergent validity tests, reliability tests, and hypothesis testing, The T-value value for advertising exposure to the audience's attitude towards the Pantene Miracles advertisement is 5.825, which means that it has a significant influence because the T-value value is greater than the T-table value (1.96). This shows that the better the advertising exposure takes place, namely in terms of frequency, attention, and duration received by the audience, the better the audience's attitude towards the advertisement. The T-value value for advertising exposure to the attractiveness of the Pantene Miracles advertisement is 9.772, which means that it has a significant influence because the T-value value is greater than the T-table value (1.96). This shows that the better the advertising exposure, namely in terms of frequency, attention, and duration, received by the audience, the better the attraction received by the audience. The T-value value for the attractiveness of the advertisement towards the audience's attitude towards the Pantene Miracles advertisement is 5.188, which means that it has a significant influence because the T-value value is greater than the T-table value (1.96). This shows that the higher the attractiveness of the advertisement, the better the attitude of the audience towards it.

Keywords: Ad, Audience, Attitude

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : NURIFA ANANDA
NIM : 1905421048
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh Terpaan Iklan Pantene Miracles di Youtube Melalui Daya Tarik Iklan terhadap Sikap *Audiens* Pada Iklan (Studi Kasus pada *Audiens* Iklan Pantene Miracles di Depok).

Depok, 24 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd
NIP 196209121988032003

Dr. Dra. Iis Mariam, M. Si
NIP 196501311989032001

Mengetahui Ketua Jurusan
Administrasi Niaga

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP-196501311989032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : NURIFA ANANDA
NIM : 1905421048
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh Terpaan Iklan Pantene Miracles di Youtube Melalui Daya Tarik Iklan terhadap Sikap *Audiens* Pada Iklan (Studi Kasus pada *Audiens* Iklan Pantene Miracles di Depok)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sain Terapan (S. ST) pada Program Studi S1 (T) Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 30 Agustus 2023
Waktu : 10.00 - 11.00

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Titik Purwinarti, S. Sos., M. Pd
NIP 196209121988032003
Penguji 1 : Dr. Syamsu Rizal, S.E, M.M
NIP 196510101991031007
Penguji 2 : Riza Hadikusuma, M.Ag
NIP 197404032001121002





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administra Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbeneran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 30 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Nurifa Ananda
1905421048



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Pantene Miracles di Youtube Melalui Daya Tarik Iklan terhadap Sikap *Audiens* Pada Iklan (Studi Kasus pada *Audiens* Iklan Pantene Miracles di Depok)” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S. Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, peneliti menyadari bahwa proses penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta sekaligus dosen pembimbing teknis.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd selaku dosen pembimbing materi yang telah memberikan masukan, saran, dan arahan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Para dosen dan karyawan Politeknik Negeri Jakarta khususnya Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama masa perkuliahan.
6. Orang tua penulis, Ayah Mulyadi dan Ibu Yuliana sebagai orang tua dan keluarga peneliti lainnya yang senantiasa mendukung dan mendoakan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Teman penulis, Athalla Rafly, Putri Haniansyah, Rizka Sakinah, dan Alifia Cianka Mumtaz yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan jasa semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Saran dan kritik yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan agar menjadi bahan evaluasi peneliti. Akhir kata, peneliti berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti, pembaca, maupun pihak lain yang berkepentingan.

Depok, 24 Agustus 2023

Peneliti,

Nurifa Ananda
NIM 1905421048

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Komunikasi Persuasif.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Definisi Komunikasi Persuasif	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Tujuan Komunikasi Persuasif.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Iklan pada Internet	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Iklan di YouTube	Error! Bookmark not defined.
2.3 Terpaan Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Definisi Terpaan Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Teori Terpaan Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Indikator Terpaan Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.4 Daya Tarik Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Definisi Daya Tarik Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Indikator Daya Tarik Iklan	Error! Bookmark not defined.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.5 Sikap <i>Audiens</i> pada Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Definisi Sikap <i>Audiens</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Komponen Sikap <i>Audiens</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Sikap <i>Audiens</i> pada Iklan <i>Online</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.4 Indikator Sikap <i>Audiens</i> pada Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.7 Deskripsi Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.8 Perumusan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	9



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah pengguna YouTube terbanyak di Dunia (Januari 2023)	2
Gambar 1. 2 Iklan Pantene Miracles Hair Supplement.....	4
Gambar 2. 1 Deskripsi Konseptual	Error! Bookmark not defined.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu yang relevan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Skor Jawaban Kuisisioner.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Ringkasan Rule of Thumb Outer Model.....	Error! Bookmark not defined.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini banyak sekali pelaku bisnis yang menjual barangnya melalui teknik komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif mempunyai berbagai tujuan seperti memberikan informasi, menarik pelanggan untuk membeli produk pada iklan, dan menampilkan produk agar dapat dipahami dan diingat pelanggan. Komunikasi persuasif juga bertujuan untuk mengubah dan mempengaruhi kepercayaan, perilaku, dan sikap dari audiens. Sehingga, suatu perusahaan harus membuat strategi komunikasi persuasif yang tepat untuk mempengaruhi audiens yang luas.

Iklan merupakan salah satu contoh bentuk komunikasi persuasif. Iklan adalah cara untuk berkomunikasi dengan orang lain tentang suatu organisasi, barang, jasa, atau gagasan. Banyak perusahaan yang memasang iklan untuk memperkenalkan produknya ke khalayak luas dengan berbagai cara, salah satunya di media sosial agar dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Iklan juga dianggap lebih efektif dikarenakan biaya yang dikeluarkan lebih minim dan dapat menjangkau *audiens* lebih luas.

Salah satu media sosial yang kini sering menjadi tempat perusahaan memasang iklan yaitu YouTube. YouTube adalah media sosial berbasis *web video sharing* yang memberikan fasilitas pada pengguna untuk dapat mengunggah video miliknya atau hanya sekedar menonton milik orang lain. Beragam video dapat diakses oleh pengguna di YouTube dengan gratis. Pengakses YouTube berasal dari berbagai kalangan status sosial maupun umur. Sehingga hal tersebut menjadikan Salah satu platform media sosial dengan basis pengguna yang besar di Indonesia adalah YouTube. Sehingga ini menjadi kesempatan besar bagi perusahaan dala, mempromosikan produk/jasa yang dijualnya melalui YouTube.

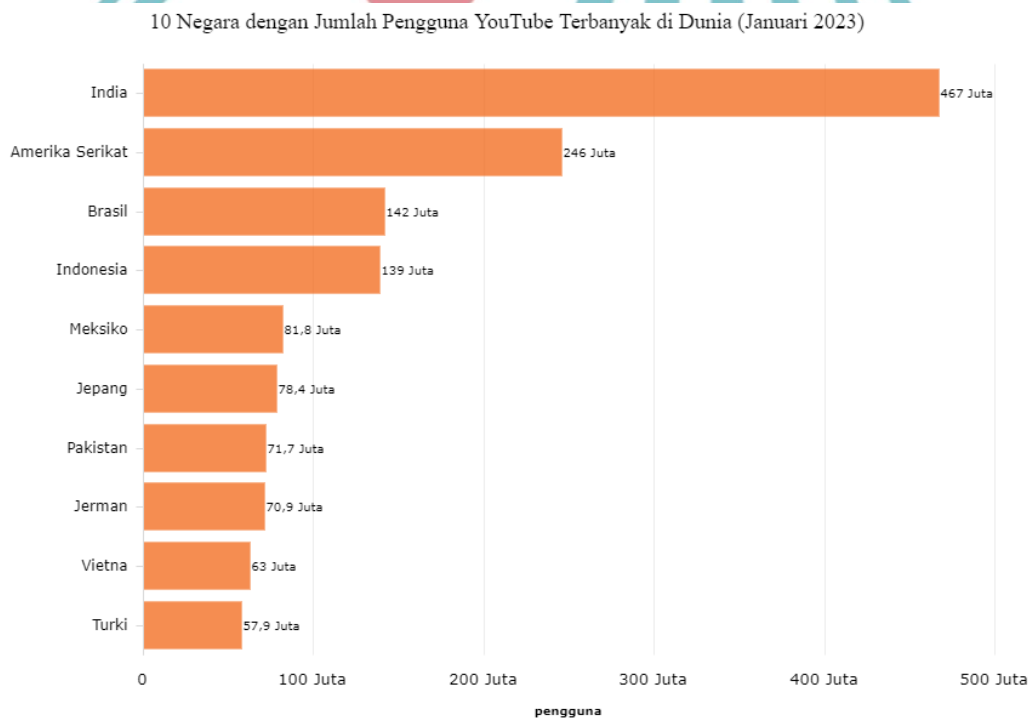


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dapat dilihat dari grafik gambar 1.1 pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta, hal tersebut membuat Indonesia menjadi negara peringkat ke empat di dunia yang memiliki pengguna terbanyak. Pengguna YouTube bisa memilih tayangan apapun yang ingin dinikmati seperti hiburan musik, berita, edukasi, blog dan berbagai jenis video lainnya secara gratis. Selain itu, YouTube memiliki salah satu fitur bernama YouTube ads yang disediakan YouTube bagi brand untuk memasang iklan. Besarnya angka pengguna aktif YouTube di dunia menyebabkan banyaknya perusahaan atau brand yang memasang iklan di platform video tersebut.



Gambar 1. 1 Grafik Jumlah pengguna YouTube terbanyak di Dunia (Januari 2023)

Sumber: Katadata, 2023

Suatu kondisi dimana masyarakat dapat terkena pesan atau iklan yang banyak beredar pada media sosial disebut terpaan. Menurut Ardianto dalam



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Munawwaroh et al. (2018:2) terpaan didefinisikan sebagai mendengar, melihat, dan membaca pesan di media ataupun *audiens* tertarik dengan pesan tersebut. Terpaan iklan sering diterima masyarakat di internet khususnya di media sosial.

Dilansir dari Hubspot tahun 2023, di YouTube memiliki beragam jenis seperti in-feed video ads (iklan yang muncul di homepage), skippable in-stream ads (iklan yang dibayar perusahaan apabila user menonton iklan setidaknya 30 detik), non-skippable in-stream ads (iklan berdurasi 15-20 detik dan tidak bisa di skip), bumper ads (iklan singkat yang tidak bisa di skip), dan overlay ads (iklan berbentuk banner di bawah video yang tayang). Dari berbagai jenis bentuk iklan di YouTube, perusahaan harus mengemas iklan dengan menarik agar pesan yang disampaikan melalui iklan dapat menarik perhatian audiens. Perusahaan dapat menggunakan selebriti dan publik figur sebagai bintang iklan agar dapat menimbulkan daya tarik bagi audiens dan pesan dalam iklan tersampaikan dengan baik.

Dalam penelitian yang berjudul “responses to Humorous ADS: Does Audience Involvement Matter?” (Zhang & Zinkhan, 2006) menunjukkan hasil yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh daya tarik humor terhadap sikap. Sikap dari audiens dapat muncul setelah melihat iklan. Sikap yang timbul pada audiens terhadap iklan beragam, ada yang menyukai iklan atau bahkan tidak menyukai iklan secara keseluruhan. Selain itu, dari sikap audiens dapat melihat apakah iklan yang dipasang menarik ataupun tidak menarik.

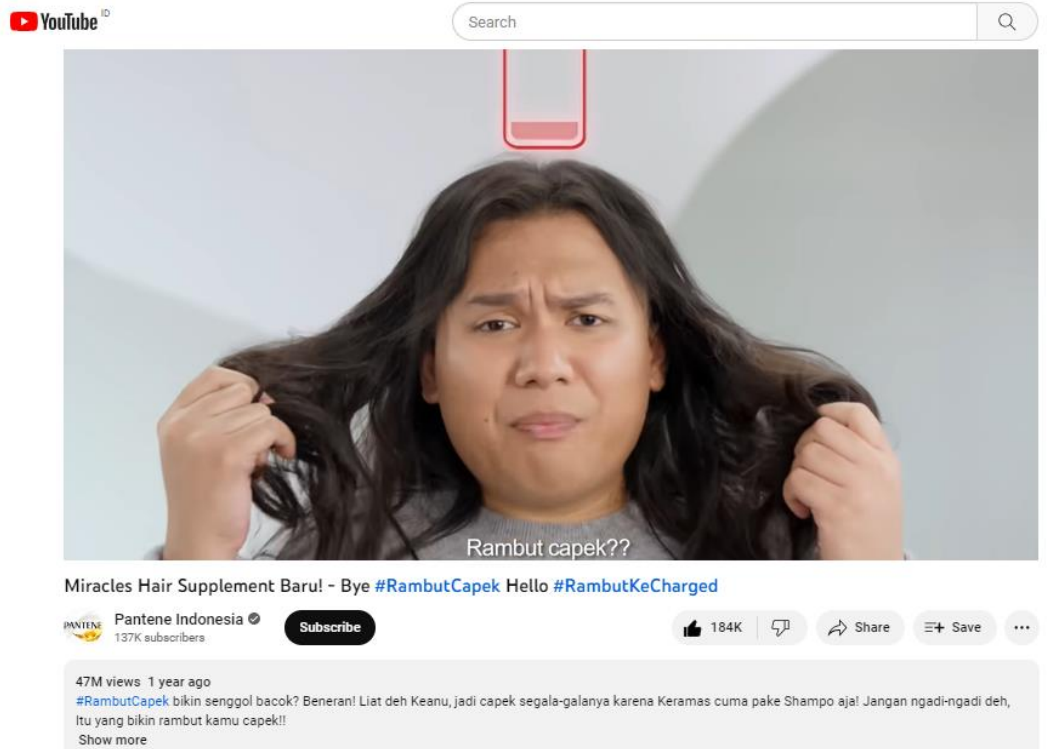
Pantene Indonesia adalah salah satu merek yang memasang di YouTube. Pantene adalah salah satu merek rangkaian perawatan rambut yang hadir di Indonesia. Pada tanggal 2 Januari 2022 Pantene Indonesia mengunggah iklannya untuk produk barunya yang bernama Miracles Hair Supplement. Iklan tersebut dibintangi selebgram bernama Keanu Angelo atau dikenal dengan akun Instagram @keanuagl, kini memiliki jumlah penonton sebanyak 45.608.970 per bulan April 2023. Iklan tersebut juga mendapatkan 9.442 komentar dan 184.000 disukai.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 2 Iklan Pantene Miracles Hair Supplement

Sumber: Youtube Pantene Indonesia, 2023

Konsep dan ide yang *fresh* pada iklan Pantene kali ini, sangat berbeda dengan iklan sebelumnya. Iklan Pantene sebelumnya dibintangi oleh Anggun C. Sasmi terlihat lebih *classy* dan *elegant*. Namun kali ini Pantene menggaet selebgram pria bernama Keanu Angelo untuk mempromosikan produk barunya yaitu kondisioner Pantene Miracles Hair Supplement. Keanu yang memiliki ciri khas lucu, suka marah, dan blak-blakan di media sosial, dimunculkan dalam iklan ini untuk menarik perhatian *audiens*. Selain itu, penggunaan Bahasa dalam iklan ini menggunakan Bahasa sehari-hari atau informal sehingga diharapkan pesan yang disampaikan melalui iklan ini dapat diterima dengan baik oleh *audiens*.

Iklan ini mendapatkn sorotan dari masyarakat dilihat dari tingginya jumlah penonton dan *likes* yang didapatkan di YouTube. Perbedaan konsep iklan Pantene yang dibintangi oleh Keanu berbeda dengan iklan sebelumnya. Iklan tersebut menjadi suatu yang baru dan *fresh*. Biasanya iklan Pantene dibintangi oleh wanita,



kini dibintangi oleh seorang selebgram pria. Sehingga hal tersebut dapat menimbulkan berbagai sikap yang dilakukan *audiens* pada iklan tersebut. Respon negatif ataupun positif dapat muncul dari *audiens* setelah melihat iklan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari terpaan iklan di YouTube terhadap sikap *audiens* pada iklan Pantene Miracles melalui daya tarik. Selanjutnya akan dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Terpaan Iklan Di YouTube Melalui Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap *Audiens* Pada Iklan (Studi kasus pada *Audiens* Iklan YouTube Pantene Miracles di Depok).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pantene memiliki produk terbaru yaitu kondisioner Pantene Miracles
- b. Iklan Pantene Miracles sering muncul di TV maupun YouTube.
- c. Konsep iklan Pantene berbeda dengan iklan-iklan yang sebelumnya.
- d. Iklan Pantene dikemas berbeda dengan iklan-iklan pada umumnya karena dibintangi oleh pria.
- e. Iklan Pantene Miracles menggunakan bahasa sehari-hari dan informal dalam penyampaian pesannya.
- f. Iklan Pantene Miracles memiliki alur cerita yang menarik dan mengandung humor.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pembatasan Masalah

Hal ini bertujuan agar penelitian ini lebih fokus dan tetap pada topik karena permasalahan dan proses identifikasi masalah yang telah dijelaskan di atas. Berikut beberapa permasalahan yang menjadi permasalahan penelitian ini:

- a. Penelitian hanya berfokus pada variabel terpaan iklan, sikap *audiens* dan daya tarik iklan.
- b. Objek penelitian ini merupakan iklan Pantene Miracles yang tayang di YouTube.
- c. Subjek penelitian ini merupakan masyarakat yang melihat/menonton iklan Pantene Miracles minimal sekali dan berdomisili di Depok.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Seberapa besar pengaruh terpaan iklan terhadap daya tarik iklan Pantene miracles?
- b. Seberapa besar pengaruh daya tarik iklan terhadap sikap *audiens* pada iklan Pantene Miracles?
- c. Seberapa besar pengaruh terpaan iklan terhadap sikap *audiens* iklan Pantene Miracles?
- d. Seberapa besar pengaruh terpaan iklan terhadap sikap *audiens* melalui daya tarik iklan Pantene Miracles?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan yang hendak diperoleh dalam penelitian adalah sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. Menganalisis seberapa besar pengaruh terpaan iklan terhadap daya tarik pada iklan Pantene Miracles.
- b. Menganalisis seberapa besar pengaruh daya tarik iklan terhadap sikap *audiens* pada iklan Pantene Miracles.
- c. Menganalisis seberapa besar pengaruh terpaan iklan terhadap sikap *audiens* pada iklan Pantene Miracles.
- d. Menganalisis seberapa besar pengaruh terpaan iklan terhadap sikap *audiens* pada iklan melalui daya tarik iklan Pantene Miracles.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk membantu individu yang membutuhkan secara teoritis dan praktis dengan:

a. Manfaat teoritis

Wawasan dan informasi kemungkinan besar akan bertambah dengan adanya penelitian ini, tentang bagaimana paparan iklan mempengaruhi sikap khalayak terhadap iklan melalui daya tarik iklan. Diharapkan mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta juga akan mendapat ilmu dari penelitian ini.

b. Manfaat praktis

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan khususnya di bidang komunikasi yang berkaitan dengan terpaan iklan, sikap *audiens*, dan daya tarik iklan.
- 2) Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai masukan dan bahan evaluasi.
- 3) Bagi institusi pendidikan

- a) Menjadi sumber informasi untuk mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta untuk meningkatkan pengetahuan di bidang ini.
- b) Menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dengan bidang yang masih berkaitan.
- c) Memperbanyak literatur penelitian tentang iklan sebagai strategi komunikasi perusahaan dalam mengenalkan produk.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian di atas, mengenai analisis terpaan iklan melalui daya tarik iklan terhadap sikap *audiens* pada iklan Pantene Miracles dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai sebesar 0,458 dihasilkan berdasarkan nilai koefisien jalur terpaan iklan terhadap sikap khalayak terhadap iklan tersebut, menunjukkan adanya pengaruh positif sebesar 45,8% terhadap sikap khalayak terhadap iklan Pantene Miracles. Konsep bahwa paparan iklan mempengaruhi opini khalayak terhadap iklan Pantene Miracles dengan demikian dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik terpaan iklan berlangsung yaitu dalam segi frekuensi, atensi dan durasi yang diterima *audiens*, maka semakin baik juga sikap *audiens* pada iklan.
- b. Berdasarkan nilai koefisien jalur variabel terpaan iklan terhadap sikap *audiens* pada iklan diperoleh nilai sebesar 0.641 yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif sebesar 64,1% terhadap variabel daya tarik iklan Pantene Miracles. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa terpaan iklan berpengaruh positif terhadap daya tarik iklan Pantene Miracles diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik terpaan iklan berlangsung yaitu dalam segi frekuensi, atensi dan durasi yang diterima *audiens*, maka semakin baik juga daya tarik yang diterima *audiens*.
- c. Variabel sikap penonton terhadap iklan Pantene Miracles dipengaruhi secara positif sebesar 46,2%, hal ini terlihat dari nilai koefisien jalur variabel daya tarik iklan terhadap sikap penonton terhadap iklan yang dihitung bernilai 0,462. Oleh karena itu, gagasan bahwa iklan yang menarik mempengaruhi persepsi khalayak terhadap iklan Pantene Miracles secara



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

positif diakui. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak akan merespons suatu iklan dengan lebih baik jika iklan tersebut lebih menarik.

- d. Nilai sebesar 0,296 diperoleh berdasarkan nilai koefisien jalur variabel terpaan iklan melalui daya tarik iklan terhadap sikap khalayak terhadap iklan, menunjukkan adanya pengaruh positif sebesar 29,6% terhadap variabel sikap khalayak terhadap iklan. Akibatnya, teori yang menyatakan bahwa sikap khalayak terhadap iklan dipengaruhi secara positif oleh paparan iklan melalui daya tarik iklan diakui. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik iklan dan respons audiens meningkat seiring dengan semakin banyaknya paparan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada di atas maka peneliti dapat memberikan beberapa saran untuk perusahaan, peneliti selanjutnya dan akademik sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan
Iklan yang dibuat Pantene harus selalu *out of the box*, artinya harus lebih kreatif, inovatif dan berbeda dengan pesaing agar dapat menarik perhatian dan disukai oleh *audiens*.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti masa depan diharapkan dapat menggunakan variabel, individu, dan item penelitian yang berbeda dari yang digunakan dalam penelitian ini. Contohnya seperti membahas iklan produk maupun jasa yang sedang atau baru tayang di YouTube dan dijadikan sebagai objek baru untuk menambah sumber referensi pada penelitian serupa.
- c. Bagi Akademik
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber lebih lanjut dan bahan perbandingan untuk penelitian dan kemajuan terkait di masa depan.



Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Charles W. Lamb, J. F. H. C. M. (2001). *Pemasaran* (Edisi Pertama). Salemba Empat.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Institut peneliti Indonesia.
- Kertamukti, R. (2015). In *Strategi Kreatif dalam Periklanan. Cet. I*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pasaribu, R. (2017). *Iklan Internet Pemikat Belanja Online sebagai Strategi Pemasaran*. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal

- Battista, I. D., Curmi, F., & Said, E. (2021). "Influencing Factors Affecting Young People's Attitude Towards *Online Advertising*: A Systematic Literature Review". *International Review of Management and Marketing*, 58-72.
- Febrida, R., & Oktavianti, R. (2020). "Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube)". *Prologia Vol. 4, No. 1*, 179-185.
- Munawwaroh, P. R. (2018). "Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @EXPLORESIAK Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke SIAK Sri Indrapura". *Jom Fisip Vol. 5 No. 1*, 1 - 13.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Nugroho, A. W. (2013). “Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Yamaha Di Semarang”. *eprints.dinus.ac.id*, 1-58.

Pratama, A., & Anggraeni, R. (2019). “Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen”. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment Volume 1, No. 1*, 16-30.

Sasetyo, S. A., Nawawi, H., & Rondonuwu, R. (2012). “Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent”. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol. 1 No. 1*, 1-19.

Solikhatin, A. F., & Nurfebrianing, S. (2020). “Pengaruh Iklan Humor Laurier “Digaruk Salah” Terhadap Sikap Khalayak Pada Iklan Dan Sikap Khalayak Pada Merek”. *e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2* , 7358-7365.

Zhang, Y., & Zinkhan, G. M. (2006). “Responses To Humorous Ads: Does Audience Involvement Matter?”. *Journal of Advertising, vol. 35, no. 4*, 113-127.

Zufaldi, M., Evanita, S., & Septrizola, W. (2019). “Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang”. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha Volume 01 Nomor 01*, 380-387.

Website

Annur, C. M. (2023, February 28). *Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada Awal 2023*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023)

Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2022, Agustus 3). Retrieved from [depokkota.bps.go.id: https://depokkota.bps.go.id/indicator/12/64/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020-menurut-wilayah-dan-jenis-kelamin-di-kota-depok.html](https://depokkota.bps.go.id/indicator/12/64/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020-menurut-wilayah-dan-jenis-kelamin-di-kota-depok.html)

Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2023, Juni 4). Retrieved from [depokkota.bps.go.id: https://depokkota.bps.go.id/indicator/12/34/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-depok.html](https://depokkota.bps.go.id/indicator/12/34/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-depok.html)

Indonesia, P. (2022, Januari 2). *Miracles Hair Supplement Baru! - Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged*. Retrieved from [www.youtube.com: https://www.youtube.com/watch?v=JrOAe3GV_js](https://www.youtube.com/watch?v=JrOAe3GV_js)

Jumlah Penduduk Hasil SP2020 Menurut Wilayah dan Jenis Kelamin di Kota Depok. (2022, Agustus 3). Retrieved from depokkota.bps: <https://depokkota.bps.go.id/indicator/12/64/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020-menurut-wilayah-dan-jenis-kelamin-di-kota-depok.html>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH TERPAAN IKLAN PANTENE MIRACLES
DI YOUTUBE MELALUI DAYA TARIK IKLAN TERHADAP
SIKAP AUDIENS PADA IKLAN
(Studi kasus pada *Audiens* Iklan YouTube Pantene Miracles di Depok)

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Nurifa Ananda mahasiswi D4 Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Jakarta (PNJ).

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi mengenai penelitian ilmiah yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Pantene Miracles di YouTube Melalui Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap *Audiens* Pada Iklan”.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pernah melihat iklan Pantene Miracles di YouTube minimal sekali.
2. Berdomisili di Kota Depok.
3. Usia minimal 16 tahun.

Apabila Bapak/Ibu/Saudara/I memenuhi kriteria tersebut, saya mohon kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner berikut.

Pengisian kuesioner ini bersifat sukarela dan seluruh informasi yang Anda berikan dalam penelitian ini akan dijaga kerahasiaannya serta hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Terima kasih atas perhatian dan kerja sama Anda.

Hormat saya,

Nurifa Ananda



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I. IDENTITAS RESPONDEN

A. Petunjuk pengisian

Jawab secara singkat pada kolom yang berisi pertanyaan dengan jawaban singkat dan pilih salah satu jawaban pada pertanyaan dengan jawaban pilihan.

B. Identitas responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki – laki
 - Perempuan
3. Usia
 - 15 – 19 tahun
 - 20 – 24 tahun
 - > 24 tahun
4. Jenis pekerjaan :
 - Pelajar
 - Mahasiswa
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Swasta
 - Wirausaha
 - Lainnya
5. Kecamatan
 - Kecamatan Sawangan
 - Kecamatan Bojongsari
 - Kecamatan Pancoran Mas
 - Kecamatan Cipayung



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Kecamatan Sukmajaya
- Kecamatan Cilodong
- Kecamatan Cimanggis
- Kecamatan Tapos
- Kecamatan Beji
- Kecamatan Limo
- Kecamatan Cinere

6. Frekuensi melihat/menonton iklan Pantene Miracles yang dibintangi oleh Keanu Angelo:

- 1 kali
- 2 – 3 kali
- Lebih dari 3 kali

II. PERNYATAAN KUESIONER

A. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah jawaban yang dianggap sesuai.
2. Dalam menjawab pernyataan ini, mohon untuk tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakan agar tidak ada jawaban yang kosong.
3. Jawaban yang tersedia merupakan Skala Likert yaitu bernilai 1 – 5 yang memiliki arti sebagai berikut:

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat setuju (SS)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TERPAAN IKLAN (X)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Frekuensi						
1.	Saya menggunakan media sosial YouTube minimal 3 kali dalam kurun waktu seminggu					
2.	Saya selalu melihat iklan ketika sedang menonton YouTube minimal 1 kali dalam 1 video					
3.	Saya melihat iklan Pantene Miracles minimal sekali ketika sedang menonton YouTube					
4.	Iklan Pantene Miracles lebih sering terlihat di YouTube dibandingkan dengan iklan produk sejenisnya					
5.	Saya merasa frekuensi tayang iklan Pantene Miracles di YouTube tidak mengganggu ketika menonton					
Atensi						
6.	Saya merasa tertarik dengan <i>opening</i> iklan Pantene Miracles					
7.	Saya memahami isi pesan yang ada pada iklan Pantene Miracles di YouTube					
8.	Saya mengetahui sepenuhnya (<i>full</i>) jalan cerita pada iklan Pantene Miracles					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9.	Saya memperhatikan setiap adegan yang dilakukan Keanu Angelo pada iklan Pantene Miracles					
10.	Saya mendengarkan <i>tagline</i> dan juga musik pengiring yang ada pada iklan Pantene Miracles					
11.	Saya memperhatikan setiap ekspresi yang ditunjukkan Keanu Angelo di dalam iklan Pantene Miracles					
Durasi						
12.	Saya tidak merasa terganggu dengan adanya iklan Pantene Miracles yang berdurasi 1 menit, ketika sedang menonton YouTube					
13.	Saya menyaksikan iklan Pantene Miracles <i>full</i> selama 1 menit 01 detik					
14.	Saya mendengarkan dialog dan informasi yang ada pada iklan full selama 1 menit 01 detik					
15.	Saya merasa tertarik dengan <i>tagline</i> iklan Pantene Miracles saat 5 detik pertama iklan dimulai					
16.	Saya mengerti maksud pesan yang disampaikan dalam iklan Pantene Miracles yang berdurasi 1 menit 01 detik					

DAYA TARIK IKLAN (Z)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Ketertarikan Ketika Menonton Iklan						



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.	Saya tertarik menonton iklan Pantene Miracles sampai selesai					
2.	Saya menyukai usuc, <i>jingle</i> dan <i>sound effect</i> pada iklan Pantene Miracles					
3.	Penggunaan usuc, <i>jingle</i> dan <i>sound effect</i> pada iklan Pantene Miracles mempengaruhi suasana hati saya ketika menonton					
4.	Iklan Pantene Miracles dibintangi pria yang menjadi daya tarik karena berbeda dengan iklan produk sejenisnya					
5.	Akting Keanu Angelo yang unik dengan ciri khasnya membuat saya tertarik menonton iklan tersebut					
Keunikan Iklan						
6.	Iklan Pantene Miracles memiliki ciri khas tersendiri dan berbeda dengan merek lain dalam penyampaian pesan					
7.	Iklan Pantene Miracles memiliki visual yang menarik dan kreatif					
8.	Iklan Pantene Miracles menampilkan ciri khas/keunikan bintang iklan yaitu blak-blakan dan suka marah					
9.	Iklan Pantene Miracles mengandung humor yang cukup menghibur					
10.	Iklan Pantene Miracles menggunakan <i>tagline</i> yang unik yaitu “Bye Rambut Capek, Hello Rambut Ke Charged”					
Iklan Informatif						
11.	Iklan Pantene Miracles memberikan					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	informasi produk dengan baik					
12.	Iklan Pantene Miracles menyampaikan manfaat produknya dengan unik					
13.	Iklan Pantene Miracles memberikan visualisasi cara pemakaian produk					
14.	Iklan Pantene Miracles menampilkan visualisasi cara kerja produk					
15.	Iklan Pantene Miracles menampilkan <i>before</i> dan <i>after</i> pemakaian produk yang dapat menarik perhatian					
Kejelasan Iklan						
16.	Saya memahami dengan mudah pesan yang terkandung dalam iklan Pantene Miracles					
17.	Informasi yang ada dalam iklan Pantene Miracles disampaikan dengan jelas oleh bintang iklan					
18.	Pesan yang disampaikan pada iklan Pantene Miracles mudah diterima dan dipahami walaupun menggunakan Bahasa yang informal					
19.	Keunggulan produk Pantene Miracles ditunjukkan dengan menampilkan <i>before</i> dan <i>after</i> pemakaian produk pada bintang iklan					
20.	Tampilan visualisasi cara pemakaian dan cara kerja produk Pantene Miracles menambah kejelasan pesan pada iklan					

SIKAP AUDIENS PADA IKLAN (Y)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Menyenangkan/Tidak Menyenangkan						
1.	Saya merasa senang dengan alur cerita pada iklan Pantene Miracles					
2.	Saya merasa senang dengan humor yang terdapat pada iklan Pantene Miracles					
3.	Saya merasa senang melihat akting bintang iklan Pantene Miracles					
4.	Saya merasa senang dengan cara penyampaian pesan pada Iklan Pantene Miracles					
5.	Saya merasa senang dengan iklan Pantene Miracles yang tayang ketika sedang menonton YouTube					
Menyukai/Tidak Menyukai						
6.	Saya menyukai iklan Pantene Miracles secara keseluruhan					
7.	Saya menyukai pemilihan bintang iklan Pantenen Miracles					
8.	Saya menyukai alur cerita pada iklan Pantene Miracles					
9.	Saya menyukai musik <i>jingle</i> dan <i>sound effect</i> pada iklan Pantene Miracles					
10.	Saya menyukai setiap adegan yang ada pada iklan Pantene Miracles					
Menjengkelkan/Tidak Menjengkelkan						
11.	Saya merasa penyampaian informasi produk pada iklan Pantene Miracles					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	tidak menjengkelkan					
12.	Saya melihat alur cerita iklan Pantene Miracles secara keseluruhan tidak menjengkelkan					
13.	Saya tidak merasa jengkel dengan pemilihan Keanu Angelo sebagai bintang iklan					
14.	Saya tidak merasa jengkel dengan durasi iklan Pantene Miracles yang tayang ketika sedang menonton YouTube					
15.	Saya tidak merasa jengkel dengan penggunaan music <i>jingle</i> dan <i>sound effect</i> pada iklan Pantene Miracles					
Menarik/Tidak Menarik						
16.	Saya merasa pemilihan Keanu Angelo sebagai bintang iklan dapat menarik perhatian <i>audiens</i>					
17.	Saya merasa alur cerita pada iklan Pantene Miracles menarik					
18.	Saya merasa opening yang dilakukan Keanu Angelo dapat menarik <i>audiens</i> untuk menonton sampai akhir					
19.	Saya merasa penggunaan musik, <i>jingle</i> dan <i>sound effect</i> pada iklan Pantene Miracles membuat iklan semakin menarik					
20.	Saya merasa tertarik dengan produk yang ditampilkan dalam iklan					

Lampiran 2. Data Tabulasi *Pre-Test*

Data Tabulasi Pre-test Terpaan Iklan (X)

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16
1	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4
2	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	3	5	5	3	5	4	5	3	1	2	5	5
5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
7	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
8	5	5	5	2	3	4	5	2	3	3	2	4	3	3	2	3
9	5	4	5	3	2	2	3	2	4	1	5	1	2	1	3	2
10	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
11	4	3	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5
12	4	4	4	3	2	3	4	3	2	3	4	2	1	1	3	4
13	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
14	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
15	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
16	3	1	3	1	2	1	3	1	4	1	3	1	1	1	1	3
17	3	5	5	4	3	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4
18	5	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
20	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
21	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3
22	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4
23	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	3

24	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4
25	3	4	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	3	4	5
26	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	5	4
27	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
28	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
29	4	5	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3
30	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



Data Tabulasi Pre-test Daya Tarik Iklan (Z)

No	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11	Z.12	Z.13	Z.14	Z.15	Z.16	Z.17	Z.18	Z.19	Z.20
1	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
2	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	5	2	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
7	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
8	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3
9	2	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
10	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
11	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
12	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
13	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5
14	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	1	1	2	2	2	1	3	2	1	4	3	2	1	2	2	3	3	1	1	2
17	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	4	3	3	5	4	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	1	5	5
19	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
21	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4
22	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
23	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	3	3	4	5	4

24	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4
25	4	5	4	3	5	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	4	5	4	5	3	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	5	3	4
27	5	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4
28	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4
29	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
30	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	5	3	5	5	5	5	4	3	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
- 2. Dilarang menqumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



Data Tabulasi Pre-test Sikap *Audiens* Pada Iklan (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20
1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
2	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	5
3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
7	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3
9	3	4	4	4	1	3	5	4	4	3	5	5	1	1	4	5	4	5	4	3
10	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
11	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5
12	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3
13	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
14	4	5	5	4	3	3	5	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	4	3
15	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
16	2	3	2	3	1	1	2	1	1	1	1	2	3	2	3	3	2	2	2	1
17	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	3
18	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
19	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
20	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
21	5	3	4	3	5	4	5	3	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5
22	3	3	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5
23	4	3	3	5	5	5	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	3
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
25	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5
26	5	4	4	4	3	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5

27	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
28	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4
29	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4
30	4	5	5	4	4	4	5	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
- 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



Lampiran 3. Data Hasil *Pre-test* Uji Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan

Hasil *Pre-test* Uji Validitas Konvergen SmartPLS

Nilai *Loading Factors*

	Daya Tarik Iklan (Z)	Sikap Audiens Pada Iklan (Y)	Terpaan Iklan (X)
X.10			0.844
X.11			0.471
X.12			0.790
X.13			0.723
X.14			0.810
X.15			0.852
X.16			0.623
X.2			0.278
X.3			0.265
X.4			0.720
X.5			0.714
X.6			0.820
X.7			0.598
X.8			0.756
X.9			0.511
Y.1		0.793	
Y.10		0.776	
Y.11		0.846	
Y.12		0.618	
Y.13		0.557	
Y.14		0.590	
Y.15		0.644	
Y.16		0.444	
Y.17		0.787	
Y.18		0.713	
Y.19		0.655	
Y.2		0.610	
Y.20		0.757	
Y.3		0.730	
Y.4		0.549	
Y.5		0.669	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Y.6		0.788	
Y.7		0.677	
Y.8		0.747	
Y.9		0.666	
Z.1	0.715		
Z.10	0.328		
Z.11	0.419		
Z.12	0.711		
Z.13	0.600		
Z.14	0.765		
Z.15	0.765		
Z.16	0.542		
Z.17	0.486		
Z.18	0.535		
Z.19	0.738		
Z.2	0.759		
Z.20	0.854		
Z.3	0.685		
Z.4	0.534		
Z.5	0.700		
Z.6	0.721		
Z.7	0.652		
Z.8	0.836		
Z.9	0.807		
X.1			0.246

Nilai AVE Nilai (*Average Variance Extracted*)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Daya Tarik Iklan (Z)	0.452
Sikap <i>Audiens</i> Pada Iklan (Y)	0.473
Terpaan Iklan (X)	0.435

Hasil *Pre-test* Uji Validitas Diskriminan SmartPLS

Nilai *Cross Loadings*

	Daya Tarik Iklan (Z)	Sikap Audiens Pada Iklan (Y)	Terpaan Iklan (X)
X.10	0.687	0.738	0.844
X.11	0.620	0.607	0.471
X.12	0.548	0.576	0.790
X.13	0.570	0.573	0.723
X.14	0.592	0.630	0.810
X.15	0.819	0.822	0.852
X.16	0.543	0.561	0.623
X.2	0.333	0.350	0.278
X.3	0.422	0.383	0.265
X.4	0.676	0.722	0.720
X.5	0.479	0.490	0.714
X.6	0.707	0.718	0.820
X.7	0.553	0.474	0.598
X.8	0.653	0.639	0.756
X.9	0.452	0.416	0.511
Y.1	0.769	0.793	0.789
Y.10	0.768	0.776	0.788
Y.11	0.871	0.846	0.660
Y.12	0.623	0.618	0.522
Y.13	0.441	0.557	0.588
Y.14	0.504	0.590	0.714
Y.15	0.511	0.644	0.565
Y.16	0.396	0.444	0.228
Y.17	0.717	0.787	0.625
Y.18	0.685	0.713	0.560
Y.19	0.680	0.655	0.612
Y.2	0.568	0.610	0.427
Y.20	0.715	0.757	0.746
Y.3	0.738	0.730	0.586
Y.4	0.629	0.549	0.514
Y.5	0.565	0.669	0.728
Y.6	0.751	0.788	0.776
Y.7	0.607	0.677	0.428
Y.8	0.720	0.747	0.607
Y.9	0.619	0.666	0.549

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritrik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Z.1	0.715	0.744	0.818
Z.10	0.328	0.317	0.336
Z.11	0.419	0.364	0.441
Z.12	0.711	0.628	0.639
Z.13	0.600	0.598	0.448
Z.14	0.765	0.726	0.576
Z.15	0.765	0.756	0.717
Z.16	0.542	0.491	0.448
Z.17	0.486	0.436	0.381
Z.18	0.535	0.578	0.389
Z.19	0.738	0.670	0.597
Z.2	0.759	0.765	0.718
Z.20	0.854	0.790	0.714
Z.3	0.685	0.619	0.618
Z.4	0.534	0.469	0.512
Z.5	0.700	0.640	0.536
Z.6	0.721	0.679	0.733
Z.7	0.652	0.637	0.610
Z.8	0.836	0.778	0.681
Z.9	0.807	0.804	0.683
X.1	0.336	0.151	0.246

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hasil *Pre-test* Uji Validitas Excel

Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan	Loading Factors	Keterangan
Terpaan Iklan (X)	Frekuensi	1	0.246	Tidak Valid
		2	0.278	Tidak Valid
		3	0.265	Tidak Valid
		4	0.720	Valid
		5	0.714	Valid
	Atensi	6	0.820	Valid
		7	0.598	Tidak Valid
		8	0.756	Valid
		9	0.511	Tidak Valid
		10	0.844	Valid
		11	0.471	Tidak Valid
	Durasi	12	0.790	Valid
		13	0.723	Valid
		14	0.810	Valid
		15	0.852	Valid
		16	0.623	Tidak Valid
Daya Tarik Iklan (Z)	Ketertarikan Ketika Menonton Iklan	1	0.715	Valid
		2	0.759	Valid
		3	0.685	Tidak Valid
		4	0.534	Tidak Valid
		5	0.700	Valid
	Keunikan Iklan	6	0.721	Valid
		7	0.652	Tidak Valid
		8	0.836	Valid
		9	0.807	Valid
		10	0.328	Tidak Valid
	Iklan Informatif	11	0.419	Tidak Valid
		12	0.711	Valid
		13	0.600	Tidak Valid
		14	0.765	Valid
		15	0.765	Valid
	Kejelasan Iklan	16	0.542	Tidak Valid
		17	0.486	Tidak Valid
		18	0.535	Tidak Valid
		19	0.738	Valid
		20	0.854	Valid

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sikap Audiens Pada Iklan (Y)	Menyenangkan/Tidak Menyenangkan	1	0.793	Valid
		2	0.610	Tidak Valid
		3	0.730	Valid
		4	0.549	Tidak Valid
		5	0.669	Tidak Valid
	Menyukai/Tidak Menyukai	6	0.788	Valid
		7	0.677	Tidak Valid
		8	0.747	Valid
		9	0.666	Tidak Valid
		10	0.776	Valid
	Menjengkelkan/Tidak Menjengkelkan	11	0.846	Valid
		12	0.618	Tidak Valid
		13	0.557	Tidak Valid
		14	0.590	Tidak Valid
		15	0.644	Tidak Valid
	Menarik/Tidak Menarik	16	0.444	Tidak Valid
		17	0.787	Valid
		18	0.713	Valid
		19	0.655	Tidak Valid
		20	0.757	Valid

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Lampiran 4. Data Hasil *Pre-test* Uji Reliabilitas

Hasil *Pre-test* Uji Reliabilitas SmartPLS

Nilai Composite Reliability dan Cronbachs Alpha

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Terpaan Iklan (X)	0.898	0.917
Daya Tarik Iklan (Z)	0.931	0.940
Sikap <i>Audiens</i> Pada Iklan (Y)	0.939	0.946

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. Kuesioner Pernyataan Valid/Setelah dilakukan Uji Instrumen

Terpaan Iklan (X)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Frekuensi						
1.	Iklan Pantene Miracles lebih sering terlihat di YouTube dibandingkan dengan iklan produk sejenisnya					
2.	Saya merasa frekuensi tayang iklan Pantene Miracles di YouTube tidak mengganggu ketika menonton					
Atensi						
3.	Saya merasa tertarik dengan <i>opening</i> iklan Pantene Miracles					
4.	Saya mengetahui sepenuhnya (<i>full</i>) jalan cerita pada iklan Pantene Miracles					
5.	Saya mendengarkan <i>tagline</i> dan juga musik pengiring yang ada pada iklan Pantene Miracles					
Durasi						
6.	Saya tidak merasa terganggu dengan adanya iklan Pantene Miracles yang berdurasi 1 menit, ketika sedang menonton YouTube					
7.	Saya menyaksikan iklan Pantene Miracles <i>full</i> selama 1 menit 01 detik					
8.	Saya mendengarkan dialog dan informasi yang ada pada iklan full selama 1 menit 01 detik					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9.	Saya merasa tertarik dengan <i>tagline</i> iklan Pantene Miracles saat 5 detik pertama iklan dimulai					
----	------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Daya Tarik Iklan (Z)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Ketertarikan Ketika Menonton Iklan						
1.	Saya tertarik menonton iklan Pantene Miracles sampai selesai					
2.	Saya menyukai musik, <i>jingle</i> dan <i>sound effect</i> pada iklan Pantene Miracles					
3.	Akting Keanu Angelo yang unik dengan ciri khasnya membuat saya tertarik menonton iklan tersebut					
Keunikan Iklan						
4.	Iklan Pantene Miracles memiliki ciri khas tersendiri dan berbeda dengan merek lain dalam penyampaian pesan					
5.	Iklan Pantene Miracles menampilkan ciri khas/keunikan bintang iklan yaitu blak-blakan dan suka marah					
6.	Iklan Pantene Miracles mengandung humor yang cukup menghibur					
Iklan Informatif						
7.	Iklan Pantene Miracles menyampaikan manfaat produknya dengan unik					
8.	Iklan Pantene Miracles menampilkan visualisasi cara kerja produk					
9.	Iklan Pantene Miracles menampilkan					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	<i>before</i> dan <i>after</i> pemakaian produk yang dapat menarik perhatian					
Kejelasan Iklan						
10.	Keunggulan produk Pantene Miracles ditunjukkan dengan menampilkan <i>before</i> dan <i>after</i> pemakaian produk pada bintang iklan					
11.	Tampilan visualisasi cara pemakaian dan cara kerja produk Pantene Miracles menambah kejelasan pesan pada iklan					

Sikap Audiens Pada Iklan (Y)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Menyenangkan/Tidak Menyenangkan						
1.	Saya merasa senang dengan alur cerita pada iklan Pantene Miracles					
2.	Saya merasa senang melihat akting bintang iklan Pantene Miracles					
Menyukai/Tidak Menyukai						
3.	Saya menyukai iklan Pantene Miracles secara keseluruhan					
4.	Saya menyukai pemilihan bintang iklan Pantenen Miracles					
5.	Saya menyukai alur cerita pada iklan Pantene Miracles					
6.	Saya menyukai setiap adegan yang ada pada iklan Pantene Miracles					
Menjengkelkan/Tidak Menjengkelkan						
7.	Saya merasa penyampaian informasi					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	produk pada iklan Pantene Miracles tidak menjengkelkan					
Menarik/Tidak Menarik						
8.	Saya merasa alur cerita pada iklan Pantene Miracles menarik					
9.	Saya merasa opening yang dilakukan Keanu Angelo dapat menarik <i>audiens</i> untuk menonton sampai akhir					
10.	Saya merasa tertarik dengan produk yang ditampilkan dalam iklan					

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6. Data Hasil Penyebaran Kuesioner

Data Hasil Penyebaran Kuesioner
Variabel Terpaan Iklan (X)

Terpaan Iklan (X)									
Responden	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9
1	5	5	5	4	5	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	4	5	4
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	5	5	4	4	4	4
5	4	2	4	5	4	4	2	4	4
6	5	4	3	3	4	3	4	4	4
7	5	4	5	4	5	5	5	5	5
8	3	2	5	2	3	2	2	2	3
9	2	2	3	2	4	2	2	2	3
10	4	4	3	4	4	5	3	2	5
11	5	4	5	5	4	5	5	5	5
12	5	5	4	4	4	5	4	4	5
13	5	3	4	5	4	4	4	3	3
14	5	4	4	4	5	5	5	5	5
15	5	4	4	5	4	5	4	4	5
16	5	3	5	3	4	3	1	2	5
17	5	4	4	5	4	4	4	4	4
18	4	4	3	3	4	4	3	3	3
19	2	3	4	2	3	4	3	3	2
20	4	5	4	4	4	5	4	4	5
21	3	2	2	2	1	1	2	1	3
22	5	4	4	3	5	4	5	4	4
23	4	2	4	4	4	2	4	4	5
24	2	2	4	1	3	3	2	2	4
25	2	3	2	1	4	2	1	1	3
26	4	4	4	3	4	4	5	4	3
27	3	5	4	4	4	5	2	2	4
28	5	5	4	4	5	4	4	5	5
29	5	4	5	4	4	4	2	2	4
30	5	3	4	4	5	3	4	5	4
31	5	3	3	5	5	4	3	3	4
32	5	4	4	5	4	4	3	3	5
33	5	4	4	3	4	5	3	3	4
34	4	3	5	2	4	5	4	4	5
35	5	4	4	5	4	2	2	5	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

36	5	4	5	4	5	4	5	5	4
37	5	4	5	4	5	4	4	4	5
38	5	3	4	2	4	4	3	3	4
39	5	5	5	5	5	4	5	4	5
40	5	4	5	5	5	4	3	4	5
41	4	5	4	4	5	4	2	2	5
42	5	4	5	4	5	5	4	4	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	4	5	4	5	5	4
45	3	4	4	3	4	4	3	3	4
46	5	5	4	5	4	5	4	5	5
47	5	3	4	4	5	4	5	4	5
48	5	5	5	4	5	5	5	4	5
49	5	5	5	4	5	4	4	5	5
50	5	4	5	4	5	5	4	4	5
51	5	5	5	4	5	4	5	4	5
52	5	4	5	5	4	3	4	3	5
53	5	5	5	4	4	5	4	4	5
54	4	5	5	4	5	5	2	2	4
55	5	5	5	5	5	4	5	5	4
56	5	5	5	4	4	5	5	4	5
57	4	5	5	3	4	5	5	4	5
58	5	5	5	5	5	4	5	4	5
59	5	4	5	5	3	4	4	5	5
60	5	5	5	5	5	4	5	4	4
61	4	5	5	4	5	3	4	3	5
62	5	4	5	5	5	5	5	5	5
63	4	5	5	5	4	5	5	4	4
64	4	4	5	5	5	3	4	4	5
65	5	4	5	5	4	5	5	4	5
66	5	5	4	3	5	5	4	4	5
67	3	2	3	3	3	2	1	1	3
68	3	4	4	3	3	3	3	3	4
69	3	3	4	4	4	3	4	4	3
70	4	4	5	4	5	4	4	4	5
71	4	3	4	3	4	4	5	5	4
72	4	5	5	5	5	4	3	4	5
73	5	4	5	4	5	5	5	4	5
74	3	4	4	3	3	4	3	3	4
75	5	5	5	5	4	3	4	5	5
76	5	4	5	5	5	5	3	4	5
77	5	4	5	4	4	5	5	4	5
78	5	5	5	4	5	4	4	5	4
79	5	4	5	4	5	4	4	4	5
80	5	5	5	3	4	4	3	4	5



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

81	4	4	4	5	4	4	4	3	5
82	4	3	3	3	3	2	2	3	3
83	3	4	5	3	4	5	3	3	4
84	5	5	5	5	5	5	3	5	5
85	5	4	5	4	5	5	4	5	4
86	5	3	4	2	3	3	3	3	3
87	5	3	5	4	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	4	4	5
89	5	5	5	4	5	5	5	5	5
90	5	4	5	5	4	5	5	5	4
91	5	4	4	4	5	5	4	5	5
92	4	4	5	5	5	5	5	4	4
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	4	4	5	4	5	5	5	4
95	3	3	4	4	3	4	5	5	4
96	5	5	5	5	4	5	4	4	5
97	4	4	4	3	3	4	4	4	4
98	4	4	4	3	4	4	4	4	4
99	5	4	5	4	5	5	5	5	5
100	5	3	4	3	4	4	3	3	4

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Data Hasil Penyebaran Kuesioner

Variabel Daya Tarik Iklan (Z)

Responden	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11
1	4	3	3	3	4	2	2	2	4	4	4
2	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	3	4
6	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	4
9	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3	3
10	5	5	3	5	4	5	4	3	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
13	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
14	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
18	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
19	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
21	2	4	5	2	5	4	4	5	4	5	4
22	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
23	3	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4
24	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
25	1	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4
26	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4
27	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
28	4	3	4	5	4	4	5	4	3	3	4
29	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4
30	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4
31	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
32	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
33	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5
34	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
36	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
38	2	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
40	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4
41	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
42	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
43	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

45	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
52	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5
53	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	2	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	5	4	5	4	2	4	5	5	4	5	5
59	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
60	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
62	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
63	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
64	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4
65	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
67	1	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
68	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5
69	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
76	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4
77	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
79	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
83	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4
84	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
85	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
87	4	4	3	5	4	5	4	3	4	5	4	4
88	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4
92	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

93	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5
94	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Data Hasil Penyebaran Kuesioner

Variabel Sikap Audiens Pada Iklan (Y)

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10
1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
2	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5
3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5
6	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3
9	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2
10	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
11	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
13	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
16	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5
17	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
18	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
19	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
21	3	4	3	5	4	3	5	4	5	3
22	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5
23	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
24	3	5	4	4	2	4	4	4	3	3
25	2	4	3	3	3	3	4	3	4	5
26	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
27	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5
28	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
29	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
30	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5
31	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
32	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4
33	3	4	3	5	3	4	4	3	4	3
34	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4
35	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
36	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
37	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
38	3	4	3	4	3	5	4	3	3	3
39	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
40	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4
41	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
42	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
43	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
44	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

45	3	4	3	4	3	3	5	3	3	4
46	2	4	5	5	4	4	5	4	5	4
47	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
48	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
49	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
50	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
51	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
52	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5
53	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
54	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
55	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
56	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
57	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
59	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4
62	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
63	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
64	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5
65	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
66	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5
67	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
68	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
69	4	5	3	5	5	3	4	4	5	4
70	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
71	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
72	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
73	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
74	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
75	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5
76	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4
82	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
83	5	3	4	4	5	3	5	5	5	5
84	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
87	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
92	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

93	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
95	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
96	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
98	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5
100	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7. Hasil SmartPLS Versi 3.0

a. Uji Validitas Konvergen

Outer Loadings			
Matrix	DAYA TARIK IK...	SIKAP AUDIEN...	TERPAAN IKLAN
X.2			0.718
X.3			0.738
X.4			0.729
X.5			0.715
X.6			0.723
X.7			0.741
X.8			0.778
X.9			0.747
Y.1	0.704		
Y.10	0.727		
Y.2	0.776		
Y.3	0.747		
Y.4	0.709		
Y.5	0.738		
Y.6	0.752		
Y.7	0.732		
Y.8	0.709		



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Outer Loadings

Matrix	DAYA TARIK IK...	SIKAP AUDIEN...	TERPAAN IKLAN
Y.5		0.738	
Y.6		0.752	
Y.7		0.732	
Y.8		0.709	
Y.9		0.746	
Z.1	0.742		
Z.10	0.725		
Z.11	0.729		
Z.2	0.825		
Z.3	0.750		
Z.4	0.737		
Z.5	0.725		
Z.6	0.709		
Z.7	0.739		
Z.8	0.732		
Z.9	0.730		
X.1			0.780

- b. Uji Validitas Diskriminan
Nilai Cross Loading

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Discriminant Validity

	Daya Tarik Iklan	Sikap Audiens ...	Terpaan Iklan
X.2	0.462	0.538	0.718
X.3	0.394	0.542	0.738
X.4	0.463	0.575	0.729
X.5	0.354	0.474	0.715
X.6	0.437	0.508	0.723
X.7	0.508	0.547	0.741
X.8	0.506	0.562	0.778
X.9	0.560	0.643	0.747
Y.1	0.470	0.704	0.533
Y.10	0.599	0.727	0.565
Y.2	0.620	0.776	0.530
Y.3	0.560	0.747	0.633
Y.4	0.527	0.709	0.430
Y.5	0.543	0.738	0.513
Y.6	0.562	0.752	0.692
Y.7	0.571	0.732	0.497
Y.8	0.448	0.709	0.502
Y.9	0.618	0.746	0.594
Z.1	0.742	0.697	0.703
Z.10	0.725	0.459	0.402
Z.11	0.729	0.553	0.480
Z.2	0.825	0.657	0.551
Z.3	0.750	0.573	0.443
Z.4	0.737	0.534	0.549
Z.5	0.725	0.490	0.344
Z.6	0.709	0.507	0.372
Z.7	0.739	0.480	0.376
Z.8	0.732	0.536	0.361
Z.9	0.730	0.571	0.475
X.1	0.541	0.608	0.780



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Nilai Average Variance Extracted

Construct Reliability and Validity	
Matrix	Cronbach's Alpha
	rho_A
	Composite Reliab
	Average Variance Extracted (AVE)
DAYA TARIK IKLAN	0.549
SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	0.539
TERPAAN IKLAN	0.550

c. Uji Reliabilitas

Nilai Cornbach's Alpha dan Composite Reliability

Construct Reliability and Validity		
Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A
	Composite Reliability	
	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
DAYA TARIK IKLAN	0.918	0.930
SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	0.905	0.921
TERPAAN IKLAN	0.898	0.916

d. R-Square

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjus...
DAYA TARIK IKLAN	0.410	0.404
SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	0.695	0.689

e. F-Square

f Square

Matrix	f Square
	DAYA TARIK IKLAN
	SIKAP AUDIENS PADA ...
	TERPAAN IKLAN
DAYA TARIK IKLAN	0.413
SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	
TERPAAN IKLAN	0.696



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

f. Uji Hipotesis

Specific Indirect Effects						
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values	
TERPAAN IKLAN -> DAYA TARIK IKLAN -> SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	0.296	0.292	0.069	4.283	0.000	

Total Effects						
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values	
DAYA TARIK IKLAN -> SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	0.462	0.450	0.089	5.188	0.000	
TERPAAN IKLAN -> DAYA TARIK IKLAN	0.641	0.646	0.066	9.772	0.000	
TERPAAN IKLAN -> SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	0.754	0.762	0.040	18.747	0.000	

Path Coefficients						
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values	
DAYA TARIK IKLAN -> SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	0.462	0.450	0.089	5.188	0.000	
TERPAAN IKLAN -> DAYA TARIK IKLAN	0.641	0.646	0.066	9.772	0.000	
TERPAAN IKLAN -> SIKAP AUDIENS PADA IKLAN	0.458	0.471	0.079	5.825	0.000	

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



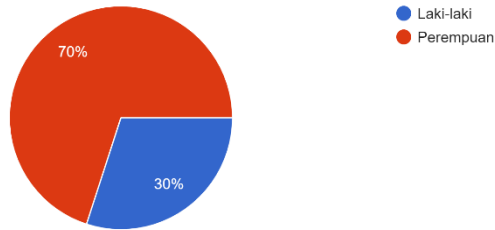
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8. Data Responden

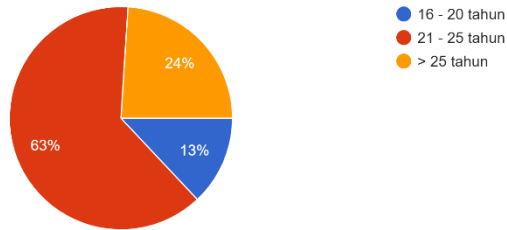
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

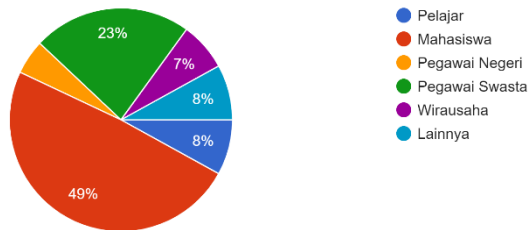
Jenis Kelamin
100 responses



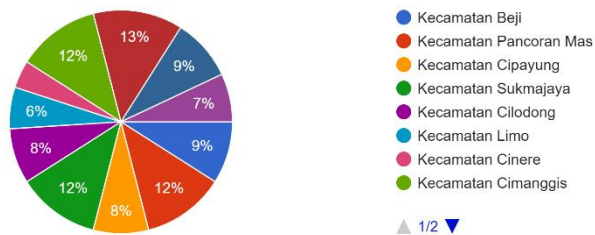
Umur
100 responses



Pekerjaan
100 responses



Kecamatan
100 responses





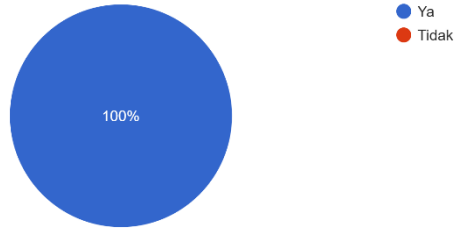
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

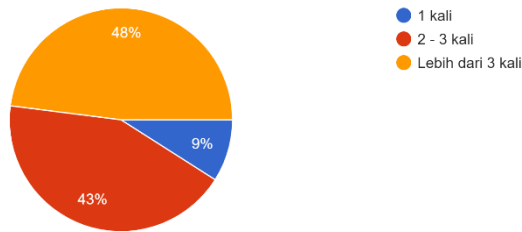
Apakah Anda pernah melihat Iklan Pantene Miracles ketika sedang menonton YouTube?

100 responses



Berapa kali Anda melihat/menonton iklan Pantene Miracles di YouTube?

100 responses



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 9. Riwayat Hidup

NURIFA ANANDA

Undergraduate in Business Administration

|nurifaananda@gmail.com | 085883091246 | linkedin.com/nurifaananda



Profile

I am a Business Administration student from Jakarta State Polytechnic with good communication and interpersonal skills. With creative and strategic thinking, I have professional experience in digital marketing, especially social media, KOL management, content marketing, and performance marketing.

Education

2019 - Present
Jakarta State
Polytechnic

Bachelor of Business Administration
3.63/4 GPA

May - Juli 2022
Belajarlagi

Fullstack Digital Marketing Bootcamp

Work Experience

Aug - Des 2022
PT. MAP Aktif
Adiperkasa

Brand Marketing Intern

- Planned and scheduled social media content for Instagram: Brooks, Speedo, Saucony, and ZXU Indonesia
- Brief agency for uploading on Instagram Planet Sports Asia and Sports Station
- KOL management (search, contact, negotiation, brief, report) and preparation for product seeding brand Speedo
- Prepared for images for an e-commerce campaign and briefed the creative team on making banners
- Responsible for preparing 2 events of the brand Speedo

June 2022 - July 2022
Lingkar Karya

Project Based: Performance Marketing

- Strategize and execute ad campaigns on Facebook and Instagram
- Report on key performance indicators and lead generation initiatives
- Increased 189k reach and 214k impressions

Organizational Experience

2020 - Present

Staff Music Director
POROS FM

- Handled songs recommendations for content Instagram recommendations playlists by theme every month
- Directed team for searching song recommendations and coordinated with the design team for content



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Volunteering Experience

2022
BUSINESS FESTIVAL

Staff Marketing and Partnership (Social Media)

- Planned a schedule for uploading content on Instagram
- Managed and created visuals for content marketing on Instagram story
- Increased account reach by 13.6K accounts and account engaged 4.075 in a month

2021
POROS FM

Project Officer Open Recruitment 2021

- Planned to make a series of open recruitment events starting from branding, main events, and past events
- Directed 30 members consisting of the event division, public relations division, and design division
- Organized member events and handled 10 of 130 open recruiting applicants for interviews and tests

Certifications

2021

Selling Operational Marketing Staff Badan Nasional Sertifikat Profesi (BNSP)

2021

Digital Garage Fundamentals of Digital Marketing GOOGLE

2021

Introducing of Digital Marketing - Mini Course REVOU

2021

Pelatihan Facebook Digital Entrepreneurship Digital Talent Scholarship KOMINFO

Additional Skills and Tools

- Interpersonal Skills
- Communication Skills
- Creative Thinking
- Strategic Thinking
- Copywriting
- Microsoft Office; Excel, Word, Power Point
- Google Suite; Sheets, Docs, Slide
- Canva
- Facebook Ads
- Iconos