



**Hubungan Terpaan Iklan Traveloka dan Tingkat Penghasilan
dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Anugerah Dwitama

NIM : 14030113140115

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anugerah Dwitama
NIM : 14030113140115
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

Hubungan Terpaan Iklan Traveloka dan Tingkat Penghasilan dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan

Semarang, 16 November 2017

Pembuat Pernyataan

Anugerah Dwitama

NIM. 14030113140115

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Hubungan Terpaan Iklan Traveloka dan Tingkat Penghasilan dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka**

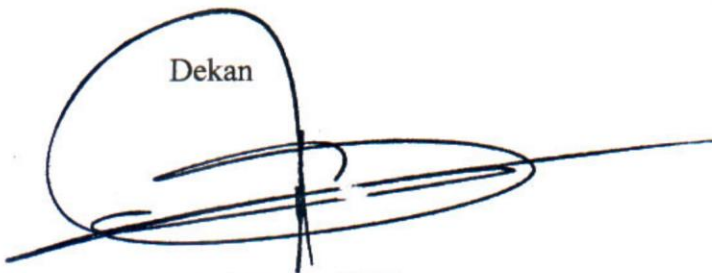
Nama Penyusun : Anugerah Dwitama

NIM : 14030113140115

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 16 November 2017

Dekan


Dr. Sunarto, M.Si
NIP. 19660727 199203 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si
NIP. 19610510 198902 1 002


Dosen Pembimbing :

1. Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M

(.....)

Dosen Penguji Skripsi :

1. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc

(.....)

2. Dr. Adi Nugroho, M.Si

(.....)

3. Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M

(.....)

HALAMAN MOTTO

*Life is a Story,
make yours a Bestseller*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maka dari itu, dengan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan berkahnya sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, MA. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
4. Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi. Terima kasih Mas Jojo atas segala bimbingan, nasihat, waktu, serta semangat yang diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
5. Drs Tandiyo Pradekso, M.Sc dan Dr. Adi Nugroho selaku Dosen Penguji skripsi penulis. Terima kasih atas segala bimbingan dan arahnya.
6. Nurist Surayya Ulfa, S.Sos, M.Si dan Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si selaku Dosen Wali dan Dosen Wali Pengganti penulis mulai dari awal semester satu hingga semester akhir ini. Terima kasih Mba Nurist dan Mas Hedi atas bimbingan dan arahnya.
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP Undip yang tak henti memberikan dukungan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan
8. Terima kasih yang berlimpah kepada Yenni Darmila, Yusuf Gani, Andayuni Utami, Agung Dermawan, selaku Mami, Papi, Kakak dan Adik penulis yang

telah terus menerus memberikan dukungan sehingga penulis bisa berada pada titik ini dan menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana

9. Darryl Valerian, Satrio Tri Yulianto, Citra Safira, Fatia Maharani, Naffisa Elvaretta, Anggitha Zella, Rachel Deadra, Nurul Avita, Arlin Endah, selaku sahabat penulis selama memnuh pendidikan di Ilmu Komunikasi Undip. Terima kasih atas pengalaman, semangat, kasih sayang dan motivasi yang tiada hentinya sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
10. Ahmad Maulana dan Azalia Imani selaku teman seperjuangan penulis dalam mengikuti perlombaan dari perlombaan nasional hingga internasional. Terima kasih atas pengalaman yang sangat tidak terlupakan.
11. Adilaya Team : Meriza Lestari dan Suzka Adiratna Novitha selaku teman seperjuangan penulis mencari pundi-pundi uang tambahan melalui perlombaan. Terima kasih atas pengalaman yang sangat tidak terlupakan.
12. Fakhri Falahudin, Firdaus Attaqy, Masagung Wisnumurti, Muhammad Fahrizal, Ridho Rahmadji, Abrar Addinul Khoir, Haekal Yusuf Parobowo, Muhammad Akbar Jundullah dan Rizky Aditya selaku sahabat penulis yang sudah seperti saudara. Terima kasih atas semangat, kasih sayang dan motivasi yang tiada hentinya..
13. Teman-teman kelas 09 Komunikasi, *Communication Study Club*, Playon Kreadtif, HMJ Ilmu Komunikasi 2016 , LPM Opini 2013-2015, FKMM 2013-2014 dan seluruh teman teman Komunikasi Undip 2013 terima kasih menjadi teman dan tempat penulis bercerita, berkembang dan terus belajar menjadi individu yang lebih baik
14. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Semarang, 16 November 2017

Anugerah Dwitama

Hubungan Terpaan Iklan Traveloka dan Tingkat Penghasilan dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka

Abstrak

Dengan total belanja iklan mencapai Rp 687,7 miliar sepanjang tahun 2016, Traveloka sudah sangat intents menjelaskan keunggulan dan kemudahan dari situs dan aplikasi mereka kepada masyarakat Indonesia. Dengan demikian seharusnya Traveloka sudah menjadi rujukan utama dalam masalah memesan tiket pesawat dan reservasi hotel di Indonesia. Namun, Traveloka belum berhasil menjadi rujukan utama dalam masalah memesan tiket pesawat atau reservasi hotel oleh masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara terpaan iklan Traveloka dan tingkat penghasilan terhadap minat masyarakat bertransaksi di Traveloka. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Advertising Exposure* dan Teori Kategori Sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe eksplanatori. Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang dengan usia 17-35 tahun di kota Semarang yang telah terkena terpaan iklan Traveloka dan bepergian ke luar kota atau luar negeri setidaknya satu kali dalam setahun.

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan menggunakan analisis korelasi Kendall's Tau-b, menunjukkan bahwa : Pertama, terdapat hubungan positif antara variabel terpaan iklan Traveloka dengan minat masyarakat bertransaksi di Traveloka dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,315. Semakin tinggi terpaan iklan Traveloka, maka semakin tinggi minat masyarakat bertransaksi di Traveloka, begitu pula sebaliknya. Kedua, terdapat hubungan positif antara variabel tingkat penghasilan dan variabel minat masyarakat bertransaksi di Traveloka dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,475. Semakin tinggi tingkat penghasilan, maka semakin tinggi minat masyarakat bertransaksi di Traveloka, begitu pula sebaliknya. Dengan hasil tersebut disarankan kepada Traveloka untuk membuat iklan dengan berbagai macam pesan sesuai segmentasi yang diinginkan, supaya dapat menjangkau segmentasi para calon pengguna Traveloka agar mempunyai minat untuk menggunakan Traveloka.

Kata Kunci: Terpaan Iklan, Tingkat Penghasilan, Minat Bertransaksi, Traveloka

Correlation Between Advertising Exposure of Traveloka and Level of Income with People Interest in Transact on Traveloka

Abstract

With total advertisement spend of Rp 687.7 billion throughout 2016, Traveloka has been very intent explaining the advantages and convenience of their sites and applications to the people of Indonesia. Therefore, Traveloka should be the main reference in the matter of booking airline tickets and hotel reservations in Indonesia. However, Traveloka has not succeeded in becoming the ultimate reference in the matter of reserving airline tickets or hotel reservations by the public. The purpose of this research is to know the correlation between advertising exposure of Traveloka and level of income with people interest in transact on Traveloka. The theory that used in this research is Advertising Exposure Theory and Theory of Social Category. This research is a quantitative research with explanatory type. This study uses people in Semarang who are 17-35 years old that has been exposed to advertising exposure of Traveloka and traveling out of town or overseas at least once a year.

Based on the hypothesis test that conducted using Kendall's Tau-b correlation analysis, shows that : First, there is a positive correlation between advertising exposure of Traveloka with people interest in transact on Traveloka with significance value 0,002 and correlation coefficient value 0,315. The higher advertising exposure of Traveloka, the higher people interest in transact on Traveloka, vice versa. Second, there is a positive correlation between level of income with people interest in transact on Traveloka with significance value 0,000 and correlation coefficient 0,475. The higher level of income, the higher people interest in transact on Traveloka, vice versa. With these results, suggested to Traveloka to create ads with a variety of messages according to the desired segmentation, in order to reach the segmentation of potential travelers Traveloka in order to have interest to use Traveloka.

Keywords: Advertising Exposure, Level of Income, Interest in Transact, Traveloka

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Terpaan Traveloka dan Tingkat Penghasilan dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka” sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara terpaan iklan Traveloka dan tingkat penghasilan dengan minat masyarakat bertransaksi di Traveloka.

Skripsi ini terdiri dari empat bab diawali dengan pendahuluan yang membahas kondisi dan permasalahan Traveloka dalam memasarkan jasa mereka serta data-data yang menunjang dalam penelitian ini, tujuan dari penelitian ini, teori – teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran penelitian yaitu Teori *Advertising Exposure* dan Teori Kategori Sosial hingga metode yang digunakan dalam penelitian ini. Dilanjutkan dengan dipaparkan hasil uji validitas dan reliabilitas serta temuan penelitian dari responden tentang terpaan iklan Traveloka, tingkat penghasilan dan minat masyarakat bertransaksi di Traveloka yang disajikan dalam bentuk tabel dan diagram. Selanjutnya pada bab ketiga dipaparkan hasil dari uji hipotesis serta pembahasan dari ketiga variabel yakni terpaan iklan Traveloka, tingkat penghasilan dan minat masyarakat bertransaksi di Traveloka. Ditutup dengan kesimpulan dan saran di akhir bab.

Penulis berharap skripsi ini dapat digunakan sebaik-baiknya dan bermanfaat baik untuk pihak-pihak terkait, maupun siapa pun yang membaca dan mempelajarinya. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi

yang dibuat ini, maka dari itu penulis menerima kritik serta saran demi kemajuan penulis di masa yang akan datang.

Semarang, 16 November 2017

Anugerah Dwitama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Signifikansi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Signifikansi Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Signifikansi Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kajian Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Paradigma Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 State of The Art.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Terpaan Iklan Traveloka.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 Tingkat Penghasilan.....	Error! Bookmark not defined.

- 1.5.5 Minat Bertransaksi di Traveloka.....**Error! Bookmark not defined.**
- 1.5.6 Hubungan Terpaan Iklan Traveloka terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka**Error! Bookmark not defined.**
- 1.5.7 Hubungan Tingkat Penghasilan terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka**Error! Bookmark not defined.**
- 1.6 Hipotesis Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- 1.7 Definisi Konseptual**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.7.1 Terpaan Iklan Traveloka**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.7.2 Tingkat Penghasilan.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.7.3 Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka **Error! Bookmark not defined.**
- 1.8 Definisi Operasional.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.8.1 Terpaan Iklan Traveloka, indikatornya adalah : **Error! Bookmark not defined.**
 - 1.8.2 Tingkat Penghasilan, indikatornya adalah : **Error! Bookmark not defined.**
 - 1.8.3 Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka, indikatornya adalah : **Error! Bookmark not defined.**
- 1.9 Metode Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.9.1 Tipe Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.9.2 Populasi.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.9.3 Sampel dan Teknik Sampling**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.9.4 Sumber Data**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.9.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.9.6 Teknik Pengolahan Data**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.9.7 Teknik Analisis**Error! Bookmark not defined.**
 - 1.9.8 Uji Validitas dan Reliabilitas**Error! Bookmark not defined.**

BAB II TERPAAN IKLAN TRAVELOKA, TINGKAT PENGHASILAN DAN MINAT MASYARAKAT BERTRANSAKSI DI TRAVELOKA..... Error! Bookmark not defined.

- 2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**Error! Bookmark not defined.**

2.1.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2.1.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
2.2	Deskripsi Responden	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Umur	Error! Bookmark not defined.
2.3	Variabel Terpaan Iklan Traveloka (X1) ..	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Kemampuan Responden Menyebutkan Latar Iklan Traveloka ...	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Kemampuan Responden Menjelaskan Alur Cerita Iklan Traveloka Versi Pesawat.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Kemampuan Responden Menjelaskan Alur Cerita Iklan Traveloka Versi Hotel.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.4	Kemampuan Responden Menyebutkan Keunggulan Fitur Traveloka	Error! Bookmark not defined.
2.3.5	Kemampuan Responden Menyebutkan Slogan dari Traveloka...	Error! Bookmark not defined.
2.4	Variabel Tingkat Penghasilan (X2)	Error! Bookmark not defined.
2.5	Minat Masyarakat Bertransaksi Di Traveloka (Y)	Error! Bookmark not defined.
2.5.1	Keputusan Responden Untuk Mengunduh Aplikasi Traveloka ..	Error! Bookmark not defined.
2.5.2	Keputusan Responden Untuk Membuka Situs Atau Aplikasi Traveloka Dalam 3 Bulan Terakhir	Error! Bookmark not defined.
2.5.3	Pernyataan Responden Berminat Untuk Membeli Tiket Pesawat atau Voucher Hotel.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.4	Pernyataan Responden Menjadikan Traveloka Sebagai Pilihan Utama Dalam Membeli Tiket Pesawat atau Voucher Hotel	Error! Bookmark not defined.
BAB III PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

3.1.1 Hubungan antara Terpaan Iklan Traveloka (X1) dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka (X2) ..	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Hubungan antara Tingkat Penghasilan (X2) dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka (Y).....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Diskusi dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Hubungan antara Terpaan Iklan Traveloka (X1) dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka (Y).....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Hubungan antara Tingkat Penghasilan (X2) dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka (Y).....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Merek dengan Total Belanja Iklan Terbanyak Sepanjang 2016.....	3
Tabel 2.1 Hasil Uji Validitas Variabel X1.....	26
Tabel 2.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	26
Tabel 2.3 Hasil Uji Reliabilitas	27
Tabel 3.1 Rekapitulasi Perhitungan Uji Hipotesis.....	40
Tabel 3.2 Korelasi Antara Variabel (X1) dengan (Y)	41
Tabel 3.3 Korelasi Antara Variabel (X2) dengan (Y)	42

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Jenis Kelamin.....	28
Diagram 2.2 Umur.....	29
Diagram 2.3 Kemampuan Responden Menyebutkan Latar Iklan Traveloka.....	30
Diagram 2.4 Kemampuan Respoden Menjelaskan Alur Cerita Iklan Traveloka Versi Pesawat.....	31
Diagram 2.5 Kemampuan Respoden Menjelaskan Alur Cerita Iklan Traveloka Versi Hotel.....	32
Diagram 2.6 Kemampuan Responden Menyebutkan Keunggulan Fitur Traveloka.....	33
Diagram 2.7 Kemampuan Responden Menyebutkan Slogan dari Traveloka.....	34
Diagram 2.8 Tingkat Penghasilan.....	35
Diagram 2.9 Keputusan Responden Untuk Mengunduh Aplikasi Traveloka.....	36
Diagram 2.10 Keputusan Responden Untuk Membuka Situs Atay Aplikasi Traveloka Dalam 3 Bulan Terakhir.....	37
Diagram 2.11 Pernyataan Responden Berminat Untuk Membeli Tiket Pesawat atau Voucher Hotel.....	38

Diagram 2.12 Pernyataan Responden Menjadikan Traveloka Sebagai Pilihan Utama Dalam Membeli Tiket Pesawat atau Voucher Hotel.....	39
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Promo Kartu Kredit di Traveloka	5
Gambar 1.2 Harga Tiket Jakarta-Tokyo Oktober 2017 via Nusantara Tour.....	8
Gambar 1.3 Harga Tiket Jakarta-Tokyo Oktober 2017 via Traveloka.....	8
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran.....	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Tabel Matriks

Lampiran Kuesioner Penelitian