

ANALISIS PENGARUH METODE PROMOSI FILM

TERHADAP MINAT MENONTON

(Study Eksperimen Pada Trailer Film Habibie Dan Ainun)



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

HAFID ADI PRANOTO

B 100 090 163

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2013

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH METODE PROMOSI FILM TERHADAP MINAT MENONTON”

(Study Eksperimen Pada Trailer Film Habibie Dan Ainun)

Yang ditulis oleh :

Nama : Hafid Adi Pranoto

NIM : B 100 090 163

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima pada :

Hari :

Tanggal :

Surakarta,

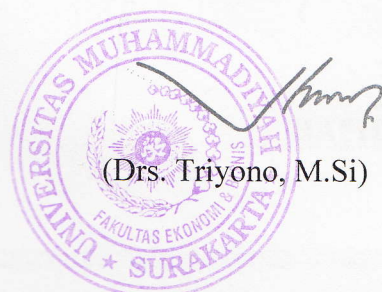
Pembimbing Utama

(Anton Agus, S.E., M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **HAFID ADI PRANOTO**
NIRM : **09.6.106.02016.500163**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENERUHAN METODE PROMOSI
FILM TERHADAP MINAT MENONTON (Studi
Eksperimen Pada Trailer Film Habibie Dan
Ainun)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,..... **JULI 2013**

Yang membuat pernyataan,

HAFID ADI PRANOTO

MOTTO

Just This A Game

(NBA)

***BERBAHAGIALAH DIA YANG MAKAN DARI KERINGATNYA SENDIRI,
BERSUKA KARENA USAHA SENDIRI, DAN MAJU KARENA
PENGALAMAN SENDIRI***

(PRAMOEDYA ANANTA TOER)

***KALAU HIDUP SEKEDAR HIDUP BABI HUTAN DI HUTAN JUGA
HIDUP.***

KALAU BEKERJA SEKEDAR BERKERJA, KERA JUGA BERKERJA.

(BUYA HAMKA)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku ini untuk :

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang menjadi pedoman agama dalam hidupku “ISLAM”
2. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu kasih dan nasehat.
3. Untuk Riza Adi Kurniawan , Kamal Adi Prasetyo dan, Fitra Risquna aku sayang kalian.
4. Seseorang yang kelak menjadi pendamping hidupk.
5. Para sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas support kalian dalam suka maupun duka.
6. Inspirator – inspirator dalam kehidupan. Terimakasih ideology dan prinsip hidupnya.

ABSTRAK

Ekperimen ini diharapkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media promosi terhadap minat menonton film, dan untuk mengetahui variabel manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat menonton pada film Habibie dan Ainun. Populasi yang digunakan dalam ekperimen ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sedangkankan sampel pada eksperimen ini mengambil 24 responden. Dimana responden tersebut diberi treatmen trailer film dan resensi berita. Pengujian hipotesis dilakukan dengan alat uji reliabilitas, validitas, dan One Way Anova.

Berdasarkan hasil eksperimen menunjukkan bahwa metode promosi berpengaruh positif terhadap minat menonton film Habibie dan Ainun. Pengujian hipotesis terhadap eksperimen ini menyatakan bahwa variabel yang paling dominan adalah sikap dibandingkan niat. Maka hipotesis pada eksperimen ini menyatakan bahwa media promosi film dalam mempengaruhi minat menonton dan penayangan trailer terbukti kebenarannya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH METODE PROMOSI FILM TERHADAP MINAT MENONTON.”**

Adapun maksud dan tujuan penulisan ini adalah untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dalam kesempatan ini tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Drs. Agus Muqorrobin, MM. selaku kajar Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Ibu Dra. Wuryaningsih DL, MM. selaku pembimbing akademik yang telah banyak memberikan kritik dan saran.
4. Anton Agus S, SE., M.Si. selaku pembimbing penulisan skripsi.
5. Bapak dan Ibu yang tidak lelah memberi semangat.
6. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

pembaca yang bersifat membangun dan penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juli 2013



HAFID ADI PRANOTO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
B. <i>Movie Trailer</i>	13
C. Roda Analisis Data	15
D. Pengukuran Efektifitas Iklan	17

	E. Penelitian Terdahulu	36
BAB III	METODE PENELITIAN	21
	A. Kerangka Pemikiran	21
	B. Hipotesis	21
	C. Metode Penelitian	21
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
	A. Eksperimen	26
	B. Uji Reliabilitas Validitas Dan One Way Anova	26
	C. Analisis Data	29
	D. Diskusi Dan Pembahasan	33
BAB V	PENUTUP	36
	A. Kesimpulan	36
	B. Saran	36
	C. Keterbatasan Penelitian	37

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Tabel Ringkasan Validitas Pada Sikap	29
Tabel 4.2.	Tabel Ringkasan Validitas Pada Niat	29
Tabel 4.3.	Tabel Cronbach Alpa	30
Tabel 4.4.	Tabel <i>Test Of Homogeneity Of Variances</i> Sikap	30
Tabel 4.5.	Tabel Anova Sikap	30
Tabel 4.6.	Tabel <i>Test Of Homogeneity Of Variances</i> Niat.....	31
Tabel 4.7.	Tabel Anova Niat	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Promosi (Marketing Mix)	7
Gambar 4.1 Diagram Mean Pada Sikap	31
Gambar 4.1 Diagram Mean Pada Niat.....	32