

**KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP MEDIA
PROMOTIONS HARTONO *LifeStyle* MALL
(Studi Deskriptif Kepuasan Pengunjung Hartono *Lifestyle* Mall)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi syarat
Guna mencapai gelar Sarjana S-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



GUNTUR KRISDIYANTO

L 100090165

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP MEDIA PROMOTIONS HARTONO *LifeStyle* MALL

(Studi Deskriptif Kepuasan Pengunjung Hartono *LifeStyle* Mall)

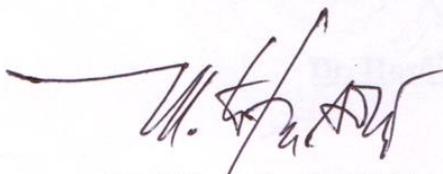
Yang dipersiapkan disusun oleh :

GUNTUR KRISDIYANTO

L100090165

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Untuk Diujikan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta

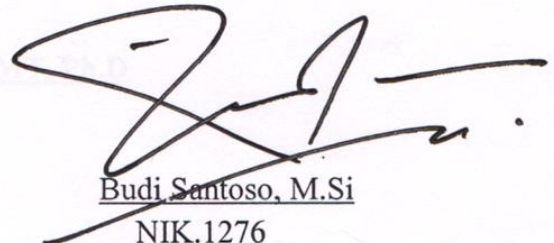
Pembimbing I



M. Toharudin, S.Pd.MA

NIK.848

Pembimbing II



Budi Santoso, M.Si

NIK.1276

SKRIPSI
KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP MEDIA PROMOTIONS HARTONO *LifeStyle*
MALL
(Studi Deskriptif Kepuasan Pengunjung Hartono *LifeStyle* Mall

Yang Dipersiapkan dan disusun oleh :

GUNTUR KRISDIYANTO
L100090165

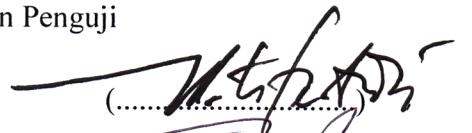
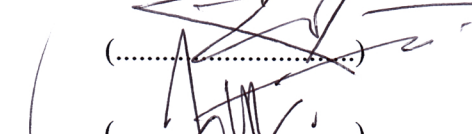
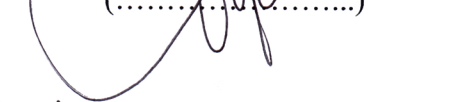
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal26 Maret 2015.....

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapat gelar S-1

Susunan Dewan Penguji

1. M. Toharudin, S.Pd. MA
2. Budi Santoso, M.Si
3. Palupi, MA

(.....)
(.....)
(.....)

Surakarta,.....2 April 2015.....

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Komunikasi dan Informatika

Dekan,



Dr. Husni Thamrin, ST, MT, Ph.D

NIK. 706



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, Maret 2015



Guntur Krisdiyanto
NIM. L100090165

MOTTO dan PERSEMBAHAN

Motto :

Selalu berfikir positif, bekerja keras dan berdoa maka akan datang keberhasilan, yang penting pantang menyerah. Hadapi semua dengan senyuman.....

Persembahan :

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, atas rahmat dan ridhonya, yang telah menjadi sumber kekuatan saya dan menjadi tempat saya mengadu.
2. Orang tua saya yang telah melimpahkan kasih sayang, moral dan materi yang tidak akan bisa saya balas sampai kapanpun.
3. Pak Beny, Mbak Wike, Mas Teddy yang selalu memberi kekuatan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Tri Lestari dan kakaknya yang membantu dan memberi saran dalam pembuatan skripsi ini.
5. Diyan Nia Irawati yang membantu dan support pada saat akhir skripsi.
6. Teman-teman seperjuangan dan teman satu bimbingan
7. Teman-teman kos lama maupun baru yang tidak pernah menolak ketika dimintai bantuan.
8. PR Hartono Mall yang tidak pernah mempersulit saat meminta data.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Kepuasan Pengunjung Terhadap Media *Promotions* Hartono *LifeStyle* Mall (Studi Deskripsif Kepuasan Pengunjung Hartono *LifeStyle* Mall).”

Maksud penulisan skripsi ini sebagai tugas akhir yang harus diselesaikan guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta serta memberi masukan kepada pihak yang berkaitan.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak DR. Husni Thamrin, Ph.D selaku dekan Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Palupi MA selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak M. Toharudin, S.PD. MA dan Bapak Budi Santoso, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing dan memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi.
4. Kepada semua dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat.

5. Semua pihak yang telah membantu selesainya skripsi ini namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan demi sempurnanya skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca secara umumnya serta pihak-pihak yang terkait dengan penyusunan skripsi ini.

Surakarta, Maret 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Landasan Teori	9

1. Definisi Komunikasi	9
2. Model Komunikasi	10
3. Komunikasi Massa	15
4. Uses And Gratifications	16
5. Khalayak atau Pengunjung	19
F. Kerangka Berfikir	20
G. Hipotesis	20
H. Definisi Konseptual	21
I. Definisi Operasional	22
J. Metodologi	23
BAB II. DESKRIPSI LOKASI	28
A. Sejarah Lokasi	28
B. Event Hartono <i>LifeStyle</i> Mall	34
BAB III. HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Pengujian persyaratan Analisis	38
1. Karakteristik Responden	38
2. Uji Validitas Data Penelitian	42

3. Uji Reliabilitas Data Penelitian	44
B. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	44
C. Pembahasan Hasil Analisis Data	46
BAB IV. PENUTUP	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gb. 1.1 Model Komunikasi Linier	11
Gb. 1.2 Model Komunikasi Interaksional	13
Gb. 1.3 Model Komunikasi Transaksional	14
Gb. 1.4 Elemen-Elemen Teori <i>Uses & Gratifications</i>	17
Gb. 1.5 Kerangka Berfikir.....	20
Gb. 2.1 Lokasi Hartono <i>LifeStyle</i> Mall dari Atas.....	28
Gb. 2.2 Hartono <i>LifeStyle</i> Mall dari Depan	29
Gb. 2.3 Interior Hartono <i>LifeStyle</i> Mall	31
Gb. 2.4 Media Cetak Joglo Semar	32
Gb. 2.5 Media Cetak SoloPos	33
Gb. 2.6 Interior Hartono <i>LifeStyle</i> Mall	34
Gb. 2.7 Lokasi Event Hartono <i>LifeStyle</i> Mall	35
Gb. 2.8 Dokumentasi <i>Event</i> Lomba <i>Modern Dance</i>	35
Gb. 2.9 Dokumentasi <i>Event</i> Lomba Menggambar	36
Gb. 2.10 Dokumentasi <i>Event</i> <i>Costum</i> Halloween	37
Gb. 3.1 Contoh Promosi di Koran Joglo Semar	47

Gb. 3.2 Promosi di Media Cetak Joglo Semar	47
--	----

DAFTAR TABEL

Tb. 2.1 Denah Dalam Hartono <i>LifeStyle</i> Mall	30
Tb. 3.1 Keterangan Jenis Kelamin	38
Tb. 3.2 Keterangan Usia Responden	39
Tb. 3.3 Keterangan Pekerjaan Responden	39
Tb. 3.4 Keterangan Nama Responden	40
Tb. 3.5 Keterangan penghasilan Responden	41
Tb. 3.6 Uji Validitas Outdoor mengenai Media	42
Tb. 3.7 Uji Validitas Indoor Mengenai Media	43
Tb. 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tb. 3.9 Deskripsi Data Variabel Penelitian	44
Tb. 3.10 Hasil Uji Normalitas	45
Tb. 3.10 Hasil Uji t-Test	66

KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP MEDIA

PROMOTIONS HARTONO *LifeStyle* Mall

(Studi Deskriptif Kepuasan Pengunjung Hartono *LifeStyle* Mall)

Guntur Krisdiyanto L100090165 gunturkrisdiyanto@yahoo.com Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pengunjung terhadap media promotions Hartono *LifeStyle* Mall. Objek dari penelitian ini adalah pengunjung Hartono *LifeStyle* Mall. Sumber data dari penelitian ini adalah observasi, kuesioner dan wawancara dengan data yang berjumlah 98 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teori *uses and gratification*. Setelah melakukan analisis dengan menggunakan rumus Yamane, dengan 98 responden yang datang ke Hartono *LifeStyle* Mall. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa pengunjung Hartono *LifeStyle* Mall puas dengan media promosi dapat dilihat dari hasil uji t sebesar 27,916 dan p-value 0,000.

Kata kunci : *kepuasan, pengunjung, media, promosi*