

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa lalu, komunikasi bukan merupakan sebuah disiplin ilmu yang didasarkan pada model psikologi atau matematika, melainkan merupakan persimpangan akademik yang dilalui oleh banyak orang tetapi diperhatikan oleh sedikit orang saja. Komunikasi adalah proses mengirimkan dan menerima pesan. Sedangkan komunikasi yang efektif terjadi kalau individu mencapai pemahaman yang sama, merangsang pihak yang lain melakukan tindakan, dan mendorong orang untuk berfikir dengan cara yang baru¹.

Komunikasi adalah suatu kegiatan adanya upaya pertukaran pesan dengan melewati proses tertentu agar mendapatkan respon². Komunikasi pula yang memungkinkannya mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi-situasi problematik. Salah satu cara yang dapat dilakukan demi menyambung komunikasi adalah dengan beriklan. Iklan merupakan salah satu bentuk khusus komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Iklan sebagai bagian utama dalam periklanan menggunakan berbagai bentuk media massa untuk bisa diterima oleh khalayak, yaitu media elektronik (televisi dan radio), media cetak (Koran, majalah, buletin, dsb), dan media alternatif (internet)³.

Pesat perkembangan teknologi meningkatkan arus informasi dan telekomunikasi serta pengetahuan dan tingkat kemasyarakatan akan pentingnya sebuah informasi. Seiring dengan perkembangan teknologi di zaman sekarang ini, konsumen dengan mudahnya mendapatkan informasi-informasi baik barang maupun jasa yang ditawarkan oleh pihak pengiklan salah satunya dengan menggunakan media elektronik seperti televisi.

¹ Courtland L, Bove Dan Jhon V.Thill, “*Komunikasi Bisnis*”, (Jakarta: Pearson Educatin Asia, 2012), 4

² Utami Permata Sari, “*Representasi Kecantikan Dalam Iklan (Studi Semiotic Representasi Kecantikan Dalam Iklan Citra Wakame Gel Lotion Versi “Merawat Anugerah-Nya Adalah Ibadah” – Laudya Chintya Bella)*, (2016), 1

³ Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Berbicara tentang iklan, iklan televisi sebagai sebuah karya budaya amatlah menarik untuk diperbincangkan. Iklan hadir tanpa mengenal batas ruang dan waktu untuk terus memainkan emosi pemirsanya⁴. Iklan merupakan komunikasi satu arah yang berisi serangkaian pesan melalui kata, gambar, dan suara yang dikemas secara menarik, informatif, dan menghibur. Kuatnya persaingan, menyebabkan banyak iklan yang lebih menjangkau aspek psikologis dan emosional daripada memberi informasi yang benar dan mendorong daya kritis konsumen.

Televisi sebagai media elektronik memberikan dampak yang lebih besar dibandingkan dengan media lainnya dan menjadikan televisi sebagai salah satu media yang dicari oleh pengiklan untuk mempromosikan setiap produknya. Salah satu media televisi lokal yang digunakan sebagai media penyampaian iklan adalah Stasiun Riau Televisi. Stasiun Riau Televisi merupakan anak perusahaan dari Riau Pos Group yang merupakan surat kabar yang memiliki pembaca terbanyak di Sumatera. Salah satu iklan yang sering tayang di Stasiun Riau Televisi adalah iklan Perabot Rumah Tangga. Seperti yang kita ketahui, banyaknya perusahaan Perabot Rumah Tangga di Indonesia khususnya di kota Pekanbaru menawarkan peralatan rumah tangga mulai dari kursi, sofa, tempat tidur, dan lain sebagainya. Produk ini di promosikan melalui iklan, baik itu di Koran, spanduk, baliho, internet, dan televisi. Untuk media televisi, para pengiklan mempromosikan Perabot Rumah tangga salah satunya di stasiun Riau Televisi (RTV). Iklan yang disampaikan dengan tujuan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi masyarakat agar memenuhi kebutuhan alat-alat rumah tangga.

Tidak bisa kita pungkiri, semakin bertambahnya tahun semakin banyak model-model perabot rumah tangga terbaru yang hadir untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan masyarakat. Sehingga, masih banyak masyarakat yang membeli perabot rumah tangga tidak untuk memenuhi kebutuhan namun untuk memenuhi keinginan saja.

⁴ Dedy Mulyana, Dalam Skripsi Wirahadi Berjudul “Pengaruh Iklan Kartu As Di Televisi Terhadap Minat Beli Pada Remaja Rt 2 Rw 3 Di Kelurahan Bagan Punak Pesisir Kec. Bangko Kabupaten Rokan Hilir,(2014), 1

Pemasaran produk perabot rumah tangga ini mampu menembus daerah-daerah yang ada di kota Pekanbaru. Seperti yang kita ketahui, pada saat ini televisi merupakan hal yang lumrah untuk kita temui di setiap rumah khususnya di daerah perkotaan. Salah satunya adalah masyarakat RT 01 RW 09 Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Riau. Masyarakat pada daerah ini umumnya adalah PNS (Pegawai Negeri Sipil), Pegawai Swasta, dan para pekerja tetap dengan rata-rata tingkat ekonomi masyarakatnya menengah ke atas. Rumah-rumah yang berdiri merupakan rumah yang bagus dan mewah dan tentu saja memerlukan prabot rumah tangga yang bagus, mewah, dan sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing di setiap rumahnya. Masyarakat yang memiliki pekerjaan bagus dengan penghasilan perbulan yang tinggi, maka hasrat, minat dan kebutuhan masyarakatpun ikut meningkat, hal ini dikarenakan kehidupan zaman sekarang memunculkan gengsi yang tinggi tidak hanya dari segi pekerjaan namun juga dari tempat tinggal serta dengan perabot rumah tangga yang menghiasi setiap sisi rumah. Untuk mencari prabot rumah tangga akan sangat membutuhkan waktu panjang apabila harus mengelilingi kota Pekanbaru serta mengunjungi setiap toko yang menjual prabot rumah tangga yang dibutuhkan dan diinginkan. Maka, media televisi merupakan media yang tepat untuk memasarkan produk prabot rumah tangga. Tidak hanya mempermudah para pengiklan dalam memasarkan produknya, namun juga mempermudah masyarakat untuk mencari produk yang dibutuhkan serta diinginkan.

Dari hasil observasi atau pra riset yang penulis lakukan di RT 01 RW 09 khususnya para ibu-ibu rumah tangga, dapat diketahui bahwa dari 496 jiwa jumlah penduduk di RT 01 RW 09, terdapat 112 orang ibu rumah tangga. Dari hasil pra riset terhadap 112 orang ibu-ibu rumah tangga, sekitar 41 orang ibu rumah tangga mengatakan bahwa mereka tidak menonton siaran acara di Rtv. Diantara 41 orang ibu rumah tangga tersebut, ada yang mengatakan tidak menonton siaran RTv dikarenakan tidak tertarik dengan acara di RTv, ada pula yang mengatakan tidak mengetahui tentang iklan perabot rumah tangga di RTv, dan ada pula yang mengatakan bahwa mereka sudah menggunkan TV kabel atau TV berlangganan. Rumah yang sudah berlangganan TV Kabel tidak mendapatkan siaran RTv, hal ini dikarenakan RTv belum masuk mejadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagian dari televisi berlangganan. Dan 71 orang ibu-ibu rumah tangga mengatakan bahwa mereka masih menonton siaran RTv dan masih melihat iklan perabot rumah tangga yang di tayangkan di RTv walaupun tidak rutin.

Berdasarkan uraian diatas, muncul pertanyaan apakah iklan perabot rumah tangga di RTv berpengaruh terhadap minat beli masyarakat. Untuk menjawab masalah tersebut secara ilmiah penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Tayangan Iklan Perabot Rumah Tangga di RTv Terhadap Minat Beli Masyarakat RT 01 RW 09 Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Riau”**

B. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dan menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap istilah-istilah dalam penelitian ini, maka penulis merasa perlu adanya penegasan istilah dalam judul penelitian ini, antara lain :

1. Pengaruh

Menurut Stuar pengaruh atau efek yaitu perbedaan antara apa yang dirasakan, dipikirkan, dilakukan sipenerima sebelum dan sesudah menerima pesan⁵.

2. Iklan

Menurut kasali iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan oleh suatu masyarakat lewat suatu media⁶.

3. Perabot Rumah Tangga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia perabot adalah barang-barang perlengkapan⁷. Maka, perabot rumah tangga yaitu barang-barang perlengkapan rumah tangga (meja, kursi, dan sebagainya).

4. Minat Beli

Minat adalah kecendrungan jiwa kepada sesuatu karena merasa ada kepentingan dengan sesuatu itu pada umumnya kecendrungan ini disertai dengan perasaan senang dengan sesuatu tersebut⁸.

⁵ Stuar dalam skripsi Wirahadi Berjudul *“Pengaruh Iklan Kartu As Di Televisi Terhadap Minat Beli Pada Remaja Rt 2 Rw 3 Di Kelurahan Bagan Punak Pesisir Kec. Bangko Kabupaten Rokan Hilir*, (2014), 9

⁶ Muhammad Jaiz, *“Dasra-Dasar Periklanan”*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 20114), 3

⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. *Kbbi.We.Id* (Diakses 31 Mei 2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia beli adalah adalah memperoleh sesuatu melalui penukaran/pembayaran dengan uang⁹.

5. Masyarakat

Masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga. Ibu-ibu rumah tangga yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga yang menonton dan melihat iklan perabot rumah tangga di RTv.

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Masih banyaknya masyarakat yang membutuhkan perabot rumah tangga untuk memenuhi kelengkapan isi rumah.
- b. Tingkat perekonomian masyarakat yang tinggi, maka tinggi pula tingkat kebutuhan dan gaya hidupnya.
- c. Televisi lokal sebagai media informasi masyarakat.

2. Batasan Masalah

Merujuk pada identifikasi masalah diatas maka penulis hanya akan meneliti sejauhmana Pengaruh Tayangan Iklan Perabot Rumah Tangga Di RTv Terhadap Minat Beli Masyarakat RT 01 RW 09 Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Riau.

3. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang masalah diatas, maka perlu adanya rumusan masalah agar penelitian ini fokus dan tetap terarah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauhmana Pengaruh Tayangan Iklan Perabot Rumah Tangga Di RTv Terhadap Minat Beli Masyarakat RT 01

⁸ Marimba dalam skripsi Wirahadi Berjudul “Pengaruh Iklan Kartu As Di Televisi Terhadap Minat Beli Pada Remaja Rt 2 Rw 3 Di Kelurahan Bagan Punak Pesisir Kec. Bangko Kabupaten Rokan Hilir, (2014), 6

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. *Kbbi.Web.Id.* (Diakses 31 Mei 2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

RW 09 Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Riau?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauhmana Pengaruh Tayangan Iklan Perabot Rumah Tangga Di RTv Terhadap Minat Beli Masyarakat RT 01 RW 09 Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Riau.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi suatu wawasan baru bagi kajian ilmu komunikasi dan juga memberikan manfaat yang baik terutama :

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya jenis penelitian komunikasi, khususnya mengenai pengaruh iklan di televisi.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi sumbangan informasi bagi yang berminat melakukan penelitian tentang pengaruh iklan di televisi.

c. Manfaat Akademik

Sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar sarjana strata Satu (S1) jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan menyusun tulisan ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Dalam gambaran umum ini, peneliti menguraikan

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan bab terakhir dalam penelitian diatas.