

**TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN MEDIA SOSIAL CAFE G27
PABELAN MAGELANG**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh :
Fatma Aisyah
NIM 15511241036

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2019**

TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN MEDIA SOSIAL CAFE G27 PABELAN MAGELANG

**Oleh:
FATMA AISYAH
15511241036**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui iklan media sosial di cafe G27. 2) mengetahui tanggapan konsumen terhadap iklan media sosial instagram yang ada di Cafe G27.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen cafe G27 yang berjumlah 30 orang yang datang karena iklan instagram. Uji coba instrumen dilakukan pada 30 responden. Pengumpulan data Tanggapan Konsumen Terhadap Iklan Media Sosial Cafe G27 Pabelan Magelang menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu bentuk deskripsi data dari masing-masing variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah homogen maka peneliti mengambil sampel 30 orang.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh: 1) Iklan media sosial pada cafe G27 termasuk dalam kategori sangat baik, hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan kategorisasi iklan media sosial instagram yaitu 53,33%. 2) Tanggapan konsumen terhadap iklan media sosial instagram termasuk dalam kategori baik, hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan kategorisasi yaitu 60%.

Kata kunci: Iklan, Media Sosial, Cafe G27.

**CONSUMER RESPONSE TO THE SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENTS OF CAFE G27
PABELAN MAGELANG.**

**BY:
FATMA AISYAH
15511241036**

ABSTRACT

This study aims to: 1) find out about social media advertisements at cafe G27. 2) knowing consumer responses to Instagram social media advertisements at Cafe G27.

This type of research uses a quantitative descriptive approach. The population of this study is cafe G27 consumers, amounting to 30 people who came because of Instagram ads. The instrument trial was conducted on 30 respondents. Data collection of Consumer Responses to the G27 Pabelan Cafe Social Media Ads Magelang using a questionnaire. The data analysis technique used is the description of the data from each variable. The population in this study is homogeneous, the researchers took a simple of 30 people.

Based on the results of the study concluded: 1) Social media ads at cafe G27 included in the excellent category, this is evidenced by the results of the calculation of Instagram social media ad categorization, which is 53.33%. 2) Consumer responses to Instagram social media advertisements are included in the good category, this is evidenced from the results of the categorization calculation that is 60%.

Keywords: Advertisements, Social Media,Cafe G27.

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN MEDIA SOSIAL CAFE G27 PABELAN MAGELANG

Disusun oleh :

Fatma Aisyah
NIM 15511241036

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program
Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri
Yogyakarta

Pada tanggal Mei 2019

TIM PENGUJI

Nama/Jabatan

Tanda Tangan

Tanggal

Dewi Eka Murniati, M.M.
Ketua Penguji/Pembimbing

Andian Ari Anggraeni, ST.,M.Sc.
Sekretaris

Wika Rinawati, S.Pd. .M.Pd.
Penguji

Yogyakarta, 28 Agustus 2019

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

a.n Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama



Ir. Moh. Khairudin, Ph.D
NIP. 19790412 200212 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fatma Aisyah

NIM : 15511241036

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : Tanggapan Konsumen Terhadap Iklan Media Sosial Cafe G27

Pabelan Magelang

menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, Juli 2019

Yang menyatakan,



Fatma Aisyah
NIM. 15511241036

MOTTO

”Sukses adalah ketika persiapan dan kesempatan bertemu.”

“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan Allah.”

(Q.S. Huud:88)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Penyayang, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tercinta (Bapak Murdoko dan Ibu Frida Prijayanti). Terimakasih telah merawat dan membesarkan dengan sepenuh hati, selalu memberikan kasih sayang, dukungan, perhatian dan doa restu yang terbaik.
2. Kedua adikku (Rizki Muhammad Iqbal dan Andre Farand Rikzal Naafi). Terimakasih telah memberikan semangat.
3. Saudara-saudaraku yang selalu mendukung dan memotivasiku, memberikan semangat yang luar biasa dan bersedia mendengarkan keluh kesahku.
4. Teman-temanku Prodi Pendidikan Teknik Boga 2015 yang saling memberi dukungan, telah berbagi dan menimba ilmu bersama dalam susah dan senang.
5. Almamater Universitas Negeri Yogyakarta tercinta.

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN MEDIA SOSIAL CAFE G27 PABELAN MAGELANG

Disusun oleh :

Fatma Aisyah
NIM 15511241036

telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan Ujian Akhir

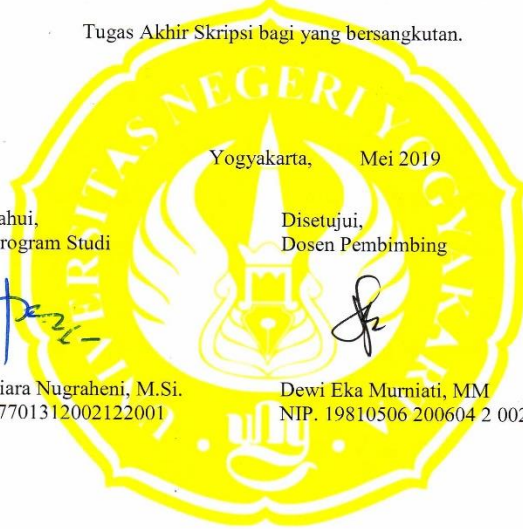
Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si.
NIP. 197701312002122001

Disetujui,
Dosen Pembimbing

Dewi Eka Murniati, MM
NIP. 19810506 200604 2 002



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi (TAS) dengan judul “Tanggapan Konsumen Terhadap Iklan Di Media Sosial Cafe G27 Pabelan Magelang”. Penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini disusun agar memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Teknik Boga.

Pelaksanaan penulisan proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dewi Eka Murniati, M.M., selaku Dosen Pembimbing TAS yang telah memberikan semangat, dorongan dan bimbingan selama penyusunan TAS ini.
2. Wika Rinawati, S.Pd., M.Pd selaku Validator instrumen penelitian TAS yang memberikan saran atau masukan perbaikan sehingga penelitian TAS dapat terlaksana sesuai dengan tujuan.
3. Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga Busana dan Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Boga beserta dosen dan staf yang telahh memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya TAS ini.
4. Dr. Ir. Widarto, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberi izin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi.
5. Ibu Mia selaku pemilik cafe yang telah memberi ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian TAS ini.
6. Bapak Murdoko dan Ibu Frida selaku orang tua yang telah sepenuhnya memberi dukungan, semangat serta motivasi dalam pelaksanaan penelitian TAS ini.

7. Rizki Muhammad Iqbal dan Andre Farand Rikzal Naafi selaku adik yang telah memberi semangat dalam pelaksanaan penelitian TAS ini.
8. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan di sini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan TAS ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan TAS ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN SAMPUL	.i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
LEMBAR PERSETUJUAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori	6
B. Kajian Penelitian Relevan	19
C. Kerangka Berfikir Penelitian	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian	24
C. Populasi dan Sampel Penelitian	24

D. Definisi Operasional Variabel	25
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Instrumen Penelitian	27
G. Uji Coba Instrumen	29
H. Teknik Analisis Data	33
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Hasil Penelitian	35
B. Pembahasan Hasil Penelitian	45
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
 DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Operasional Variabel	26
Tabel 2. Skor Alternatif Jawaban	27
Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen	28
Tabel 4. Hasil Item Instrumen Penelitian	30
Tabel 5. Item-total statistics reabilitas item 1-13.....	32
Tabel 6. Item-total statistics reabilitas item 14-25.....	33
Tabel 7. Pedoman Interpretasi Nilai r.....	33
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	33
Tabel 9. Rumus Kategorisasi.....	34
Tabel 10. Karakteristik responden berdasarkan umur	35
Tabel 11. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	36
Tabel 12. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi kedatangan.....	36
Tabel 13. Perhitungan statistics berdasarkan iklan media sosial	37
Tabel 14. Karakteristik variabel iklan media sosial berdasarkan status	38
Tabel 15. Kategori variabel iklan media sosial berdasarkan foto.....	38
Tabel 16. Kategori variabel iklan media sosial berdasarkan video	39
Tabel 17. Kategori variabel iklan media sosial.....	39
Tabel 18. Perhitungan statistics berdasarkan tanggapan konsumen	40
Tabel 19. Kategorisasi variabel terhadap konten iklan berdasarkan produk	41
Tabel 20. Kategorisasi variabel terhadap konten iklan berdasarkan suasana	41
Tabel 21. Kategorisasi variabel terhadap konten iklan berdasarkan fasilitas penunjang.	42
Tabel 22. Kategorisasi variabel terhadap konten iklan berdasarkan bangunan fisik.....	42
Tabel 23. Kategorisasi tanggapan konsumen terhadap iklan media sosial.....	43
Tabel 24. Hasil perhitungan mean variabel iklan media sosial....	44
Tabel 25. Hasil perhitungan mean variabel tanggapan konsumen	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir.....	22
Gambar 2. Iklan instagram konten artistik 1.....	46
Gambar 3. Iklan instagram konten artistik 2.....	46
Gambar 4. Fasilitas parkir.....	47
Gambar 5. Suasana dalam acara arisan.....	48
Gambar 6. Suasana dalam acara kumpul keluarga	48
Gambar 7. Suasana ketika kumpul bersama teman	48
Gambar 8. Suasana ketika makan siang.....	48
Gambar 9. Suasana ketika anak-anak berenang.....	49
Gambar 10. Suasana di kolam renang anak.....	49
Gambar 11. Suasana saat makan malam.....	49
Gambar 12. Suasana saat nongkrong malam	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Angket Uji Coba Instrumen	57
Lampiran 2. Data Uji Coba Instrumen	62
Lampiran 3. Uji Coba Instrumen	65
Lampiran 4. Teknik Analisis Data	71
Lampiran 5. Surat Validasi Instrumen, Formulir Bimbingan	77
Lampiran 6. Foto-foto	84