

**PENGARUH TERPAAN IKLAN TRANSIT GEMBIRA LOKA ZOO PADA JARI**

**ALAM SUPATRA (JAS) TAXI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG**

**MASYRAKAT WARUNGBOTO KE GEMBIRALOKA ZOO**

**YOGYAKARTA**



Oleh :

**Fatwa Faizah**

**153080048**

Diajukan

Untuk Penyusunan Skripsi

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2012**

## ABSTRAK

Iklan transit merupakan periklanan pada sarana transportasi disajikan dalam bentuk nama, lambang/gambar yang dipajang pada sisi badan kendaraan (bus, kereta api, trem, pesawat) atau ditempat yang menjadi pangkalan atau persinggahan alat transportasi (stasiun, bandara, terminal). Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media periklanan transit adalah Gembira Loka Zoo yang berkerjasama dengan Jas *Taxi*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan transit Gembira Loka Zoo pada Jas *Taxi* terhadap minat berkunjung masyarakat Warungboto ke Gembira Loka Zoo. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R. Teori S-O-R menjelaskan bahwa terdapat pesan yang disampaikan oleh media kepada komunikan, dimana akan terjadi perhatian pengertian dan penerimaan yang kemudian menimbulkan respon dari komunikan tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survai yang mengambil sampel sebanyak 80 responden yang merupakan masyarakat Rw 005 Kelurahan Warungboto, Kecamatan Umbulharjo Yogyakarta. Teknis analisis data yang dipakai adalah analisis korelasi *product moment* dan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan mengenai pengaruh terpaan iklan transit Gembira Loka Zoo pada Jas *Taxi* terhadap minat berkunjung masyarakat Warungboto ke Gembira Loka Zoo sebesar 35,8% hal ini menunjukkan adanya faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung masyarakat ke Gembira Loka Zoo. Faktor tersebut bisa berupa lingkungan, pengaruh interpersonal dan sarana hiburan lain. Teori S-O-R yang digunakan dalam penelitian ini teruji, dimana terdapat respon dari masyarakat Warungboto untuk berkunjung ke Gembira Loka Zoo.

Kata kunci: Iklan transit, Terpaan iklan, Minat Berkunjung

## **ABSTRACT**

Transit advertising is advertising that located in transportation facilities presented in form name, symbol/figure exhibit on vehicle body (bus, train, tram, airplane) or transportation pool or transit (station, airport, terminal). One of company that utilizes transit advertising media is Gembira Loka Zoo cooperated with Jas Taxi. Present research objective is identify the influence or exposes transit advertising of Gembira Loka Zoo on Jas Taxi toward visit intention within Warungboto inhabitant to Gembira Loka Zoo. Applied theory is S-O-R. S-O-R theory explains the message by media to communicant that involved intention, understanding and acceptance which raise the communicant respond. Quantitative with survey employed as method to collect data from 80 respondents who live in Rw. 005, Warungboto subdistrict, Umbulharjo, Yogyakarta. Data were analyzed used correlation product moment and simple linear regression analysis by SPSS program. Hypothesis test result reveals there were positive and significant impact due to transit advertising exposes on Gembira Loka Zoo toward visit intention of warungboto inhabitants as 35.8% which indicates other factors also influence visit intention in society to Gembira Loka Zoo. The other factor could be forms environment, interpersonal and other entertainment. S-O-R theory, as based of present research, had tested through Warungboto society' intention to visit Gembira Loka Zoo.

**Keywords:** transit advertising, advertising exposes, visit intention