

**PERSEPSI MASYARAKAT KELURAHAN BARANANGSIANG**

**TERHADAP IKLAN *YOUTUBE* GRAB**

**(STUDI KASUS : IKLAN ADA GRAB DIKOTAMU)**

**DISUSUN OLEH:**

**NAMA : Nasyahul Amna Fansury**

**NPM : 044115176**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN**

**BOGOR**

**2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi yang disusun oleh:**

**Nama : Nasyahul Amna Fansury**

**NPM : 044115176**

**Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Kelurahan Baranangsiang Terhadap Iklan Youtube Grab (Studi Kasus : Iklan Ada Grab Dikotamu)**

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.**

**DEWAN PENGUJI**  
Menyetujui

**Pembimbing I : Muslim, M.Si**  
NIK: 1.0909 048 513

**Pembimbing II : Wiranta Yudha Ginting, M.A**  
NIK: 1.0616 049 758

**Pembaca : Qoute Nuraini C., M.Ikom.**  
NIK: 1.0113 001 608

**Ditetapkan di : Bogor**

**Tanggal : 26 Juni 2019**

*[Handwritten signatures of the examiners]*

**Dekan Fakultas**

*[Handwritten signature of the Dean]*



**Dr. Agnes Setyowati, M.Hum, M.Si**  
NIP : 1.0596 008 229

**Ketua Program Studi**

*[Handwritten signature of the Program Head]*

**Muslim, M.Si**  
NIP: 1.0909 048 513

## ABSTRAK

Nasyahul Amna Fansury NPM 044115176. **PERSEPSI MASYARAKAT KELURAHAN BARANANGSIANG TERHADAP IKLAN YOUTUBE GRAB (STUDI KASUS : IKLAN ADA GRAB DIKOTAMU)** Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor Di bawah bimbingan : Muslim, M,Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat kelurahan Baranangsiang terhadap iklan *Youtube* Grab dengan judul iklan “ada Grab di kotamu”. Penelitian menggunakan tiga variable yaitu terdiri dari dua variable bebas yaitu karakteristik masyarakat dan, iklan Grab dan satu variable terikat yaitu persepsi masyarakat adalah kognitif, afektif dan konatif.

Penelitian ini dilaksanakan di kelurahan Baranangsiang dengan jumlah penduduk sekitar 22.825 jiwa, dilakukan pada bulan Oktober 2018 hingga Mei 2019. Penelitian ini menggunakan Teknik *random sampling*, artinya pengambilan sample secara acak kepada masyarakat kelurahan Baranangsiang yang berlatar belakang dari berbagai macam pendidikan, pekerjaan dan usia dengan jumlah total 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik deskriptif dan analisis statistik non parametrik. Untuk mengukur variabel yang memiliki skala nominal peneliti menggunakan rumus *Chi-square*. Sehingga peneliti ingin melihat persepsi masyarakat kelurahan Baranangsiang terhadap iklan Grab di *Youtube* “ada Grab dikotamu”

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Persepsi Masyarakat kelurahan Baranangsiang Kota Bogor terhadap iklan Grab “Ada Grab dikotamu” bisa dikatakan Positif dengan tingginya angka sangat setuju tentang pertanyaan tentang penempatan Iklan di awal Penyangan sebuah video di youtube dan media yang Grab gunakan untuk beriklan.

***Kata Kunci : PERSEPSI MASYARAKAT KELURAHAN BARANANGSIANG TERHADAP IKLAN YOUTUBE GRAB (STUDI KASUS : IKLAN ADA GRAB DIKOTAMU)***