

**PENGARUH IKLAN TELEVISI PROMO GRATIS ONGKIR
DI SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA
BOGOR DALAM BELANJA ONLINE**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Universitas Pakuan**

SHANNIA CHINTYANA ANDARI

044118183



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

BOGOR

JULI 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Shannia Chintyana Andari

NPM : 044118183

Judul : Pengaruh Iklan Televisi Promo Gratis Ongkir Di Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Bogor Dalam Belanja Online

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dini Valdiani, M.Si

NIP/NIK : 1.1110 033 517

Pembimbing 2 : Roni Jayawinangun, M.Si

NIP/NIK : 1.0616 049 757

Pembaca : Imani Satriani, M. Si

NIP/NIK : 1.0616 049 763

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 26 Juli 2022

Oleh

Dekan,



Dr. Henny Suharyati M.Si

NIP : 196006071990092001

Ketua Program Studi,



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus M. Comm

NIK : 1.10113 001 607

ABSTRAK

Shannia Chintyana Andari. 044118183. 2022. Pengaruh Iklan Televisi Promo Gratis Ongkir di Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Bogor Dalam Belanja Online. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan **Dini Valdiani dan Roni Jayawinangun.**

Pola konsumtif remaja mengenai *online shopping* akhir-akhir ini mengalami peningkatan. Remaja tertarik untuk mengikuti trend anak muda zaman sekarang. Untuk itu semakin maraknya produsen yang menjual barang melalui *online shop* dan akan lebih meningkatkan remaja untuk melakukan transaksi melalui *online shopping* dalam memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan televisi promo gratis ongkir di Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja Bogor dalam belanja online. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian berada di Kota Bogor. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-probability* yang dimana respondennya adalah remaja Bogor, diambil dari populasi yang dilakukan secara kebetulan yang bertemu dengan peneliti dengan jumlah responden adalah 100 orang. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis skor rata-rata dan analisis regresi linier sederhana. Teori yang digunakan adalah teori SOR yang merupakan Stimulus (iklan promo gratis ongkir di Shopee) yang memiliki daya tarik dan diterima oleh komunikan (remaja Bogor), maka komunikan akan memberikan respon (minat beli) melalui iklan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan promo gratis ongkir berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja Bogor. Berdasarkan hasil uji determinasi diperoleh hasil bahwa iklan promo gratis ongkir memiliki kontribusi terhadap perilaku konsumtif remaja Bogor sebesar 27%, sedangkan 73% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Iklan Promo Gratis Ongkir, Pengaruh, Perilaku Konsumtif