

# COMMONLINE

Jurnal Online Departemen Komunikasi FISIP Unair

**WACANA KORUPSI DALAM FILM-FILM INDEPENDEN**

**IMPLEMENTASI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN  
SEBAGAI STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus Program *Corporate Social Responsibility* PT. Perusahaan Gas Negara  
(Persero) Tbk SBU DW II)**

**IDENTITAS BUDAYA MASYARAKAT BALI DALAM FILM UNDER THE TREE  
KARYA GARIN NUGROHO**

**ANALISIS WACANA KRITIS PELIPUTAN LETUSAN GUNUNG SINABUNG DAN  
GUNUNG KELUD DI METRO TV**

**PENGUNGKAPAN INFORMASI PRIVAT TENTANG IDENTITAS SEKSUAL  
SEORANG GAY KEPADA ORANG LAIN**

**PENGAMBARAN GAYA HIDUP MUSLIMAH URBAN DALAM MAJALAH LAIQA  
DAN SCARF**

**PEMBERDAYAAN KOMUNITAS DAN EKSISTENSI MUSIK KENDANG-KEMPUL  
DI MEDIA PENYIARAN KOMUNITAS**

**(Studi Kasus Pada Radio Komunitas Citra FM Banyuwangi)**

**ANALISIS WACANA PARTISIPASI POLITIK PADA PETISI “TOLAK RUU  
PILKADA” DAN PETISI “TOLAK REVISI RUU MD3” DALAM *WEBSITE***

**[WWW.CHANGE.ORG](http://WWW.CHANGE.ORG)**

## Table of Contents

| No. | Title  | Page      |
|-----|--|-----------|
| 1   | BENTUK “ BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN YANG DIGUNAKAN DALAM PROGRAM TELKOMSEL SCHOOL COMMUNITY OLEH TELKOMSEL SURABAYA   | 1 - 11    |
| 2   | TEKNIK-TEKNIK SOSIALISASI PROGRAM LARASITA YANG DILAKUKAN OLEH BADAN PERTANAHAN NASIONAL KABUPATEN MAROS   | 12 - 21   |
| 3   | GAMBARAN SENSUALITAS TUBUH PEREMPUAN DALAM KOMIK ONE PIECE   | 22 - 33   |
| 4   | PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP SENSUALITAS PEREMPUAN PADA VISUAL DI BAK TRUK   | 34 - 44   |
| 5   | REPRESENTASI IDENTITAS KULTURAL DALAM SIMBOL-SIMBOL PADA BATIK TRADISIONAL DAN KONTEMPORER   | 45 - 55   |
| 6   | <b>HUBUNGAN TERPAAN IKLAN TELEVISI PRODUK REVLON DENGAN MOTIVASI KONSUMEN WANITA DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK DI MALL SURABAYA</b>                                       | 56 - 68   |
| 7   | PENERIMAAN KOMUNITAS PECINTA KOREA DI SURABAYA TERHADAP SENSUALITAS PEREMPUAN DALAM VIDEO KLIP GENTLEMAN DAN FEMALE PRESIDENT  | 69 - 81   |
| 8   | STRATEGI KAMPANYE KEBIJAKAN SILENT AIRPORT OLEH PT. ANGKASA PURA I (PERSERO) (STUDI KASUS BANDARA JUANDA SURABAYA)   | 82 - 94   |
| 9   | Representasi Anak Pada Iklan Televisi Asuransi Prudential Indonesia (Studi Reception Analysis Orang Tua Terhadap Representasi Anak Pada Iklan Televisi Prudential Indonesia) | 95 - 109  |
| 10  | ANALISIS GENRE FILM ACTION INDONESIA DALAM FILM THE RAID REDEMPTION (2011) DAN THE RAID 2 BERANDAL (2014)  | 110 - 121 |
| 11  | INTERPRETASI PEREMPUAN PENGGUNA HIJAB TERHADAP SENSUALITAS TUBUH PEREMPUAN PADA FOTO-FOTO DI DALAM MAJALAH HIJABELLA   | 122 - 133 |
| 12  | KETERBUKAAN PADA PASANGAN ARRANGED MARRIED MENGENAI DIMENSI PASSION DALAM COMMITTED ROMANTIC RELATIONSHIPS   | 134 - 147 |
| 13  | ANALISIS WACANA PARTISIPASI POLITIK PADA PETISI “Tolak RUU Pilkada” dan petisi “Tolak Revisi RUU MD3” DALAM WEBSITE WWW.CHANGE.ORG   | 148 - 168 |
| 14  | PEMBERDAYAAN KOMUNITAS DAN EKSISTENSI MUSIK KENDANG-KEMPUL DI MEDIA PENYIARAN KOMUNITAS (Studi Kasus Pada Radio Komunitas Citra FM Banyuwangi)                               | 163 - 176 |
| 15  | WACANA POLITIK TUBUH PEREMPUAN DALAM FILM TESTPACK:YOU ARE MY BABY   | 177 - 192 |
| 16  | IDENTITAS MASYARAKAT URBAN DALAM TAYANGAN DESAIN ARSITEKTUR RUMAH GRIYA UNIK TRANS TV DAN “SIGN NET TV   | 193 - 208 |
| 17  | WACANA ISLAM SEBAGAI IDENTITAS AGAMA ORIENTAL DALAM TAYANGAN DUA DUNIA DI TRANS 7  | 209 - 224 |
| 18  | PENGGAMBARAN GAYA HIDUP MUSLIMAH URBAN DALAM MAJALAH LAIQA DAN SCARF   | 225 - 240 |
| 19  | KONSTRUKSI IDENTITAS TAHANAN POLITIK ORDE BARU DALAM NOVEL AMBA KARYA LAKSMI PAMUNTJAK   | 241 - 256 |
| 20  | STRATEGI RELATIONSHIP MARKETING PRIMAGAMA MAGETAN UNTUK  | 236 - 249 |

| No. | Title   | Page      |
|-----|---|-----------|
|     | MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN   |           |
| 21  | REPRESENTASI TERORISME DALAM FILM JAVA HEAT   | 257 - 272 |
| 22  | PENGUNGKAPAN INFORMASI PRIVAT TENTANG IDENTITAS SEKSUAL SEORANG GAY KEPADA ORANG LAIN   | 273 - 286 |
| 23  | STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS THE SUN HOTEL SIDOARJO PADA PUBLIK KONSUMEN   | 287 - 302 |
| 24  | ANALISIS WACANA KRITIS PELIPUTAN LETUSAN GUNUNG SINABUNG DAN GUNUNG KELUD DI METRO TV   | 303 - 315 |
| 25  | IDENTITAS BUDAYA MASYARAKAT BALI DALAM FILM UNDER THE TREE KARYA GARIN NUGROHO  | 314 - 328 |
| 26  | STUDI ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN GARUDA INDONESIA KEBERANGKATAN JAKARTA TERHADAP BRAND GARUDA INDONESIA  | 329 - 339 |
| 27  | IMPLEMENTASI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN SEBAGAI STRATEGI PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus Program Corporate Social Responsibility PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU DW II) | 340 - 354 |
| 28  | ANALISIS IMPLEMENTASI PENDEKATAN RELATIONSHIP MARKETING PADA MARKETING COMMUNICATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. Serasi Transportasi Nusantara (O-Renz Taxi))               | 355 - 369 |
| 29  | PENGAMBARAN IDENTITAS PEREMPUAN DALAM IKLAN BUMBU MASAK   | 370 - 383 |
| 30  | PERAN CAK DAN NING SURABAYA DALAM STRATEGI PROMOSI KOTA SURABAYA  | 384 - 396 |
| 31  | REPRESENTASI FEMININITAS REMAJA WANITA PADA MAJALAH NYLON INDONESIA   | 397 - 411 |
| 32  | ANALISIS STRATEGI INTERNET MARKETING BUTIK ONLINE DI SURABAYA MELALUI INSTAGRAM   | 412 - 424 |
| 33  | KOMUNIKASI ANTARA PERAWAT TERHADAP PASIEN DI IGD RSU JATI HUSADA KARANGANYAR  | 425 - 436 |
| 34  | STRATEGI MANAJEMEN KONFLIK PADA PASANGAN SUAMI ISTRI YANG MENIKAH DENGAN DIJODOHKAN PADA KELUARGA ARAB  | 437 - 448 |
| 35  | ANALISIS SIKAP PENERIMA PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) GO GREEN BLUE VISION DEPARTEMEN HUMAS PT.PUPOK KALTIM   | 449 - 459 |
| 36  | GAMBARAN GAYA HIDUP GAUL DALAM IKLAN KOPI GOOD DAY GAUL DAN IKLAN KOPIKO 78°  | 460 - 474 |
| 37  | MITOS BAPAK PADA IKLAN SOS PEMBERSIH LANTAI DAN PEPSODENT   | 475 - 490 |
| 38  | WACANA KORUPSI DALAM FILM-FILM INDEPENDEN   | 491 - 504 |
| 39  | PENGUNGKAPAN INFORMASI PRIVAT OLEH REMAJA PUTRA KORBAN BULLYING DI SEKOLAH KEPADA ORANG LAIN  | 505 - 519 |

## **HUBUNGAN TERPAAN IKLAN TELEVISI PRODUK REVLON DENGAN MOTIVASI KONSUMEN WANITA DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK DI MALL SURABAYA**

## **HUBUNGAN TERPAAN IKLAN TELEVISI PRODUK REVLON DENGAN MOTIVASI KONSUMEN WANITA DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK DI MALL SURABAYA**

1. Ratih Desianita Purnaningwulan --> Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ratihdesianita@yahoo.com

### **Abstract**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menjelaskan mengenai hubungan terpaan iklan televisi produk *Revlon* dengan motivasi konsumen wanita dalam melakukan pembelian produk di Mall Surabaya. Eksistensi iklan dianggap media promosi terbaik mengalami penurunan. Banyaknya skeptisme dan munculnya khalayak aktif membuat peranan dari iklan dipertanyakan. Karena itu peneliti ingin mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara terpaan iklan dengan motivasi konsumen dalam melakukan pembelian produk Revlon. Metodologi penelitian adalah kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori. Dengan menggunakan metode survey, alat pengukurannya adalah kuisioner. Populasi penelitian adalah wanita di Surabaya. Teknik pengambilan sampel *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Untuk mengetahui hasil korelasi antara variabel X (terpaan iklan) dengan variabel Y (motivasi pembelian) digunakan *Rank Order Spearman*. Diperolehlah hasil terdapat hubungan yang bersifat positif dengan keeratan yang lemah. Variabel X memiliki pengaruh paling kuat adalah frekuensi dengan nilai rata-rata yaitu 0,557 sedangkan variabel Y, pengaruh paling kuat adalah motif patronage dengan nilai *mean* 2,81.

**Kata Kunci:** Terpaan Iklan, Motivasi Pembelian, Korelasi, Iklan Revlon

Keyword : terpaan, iklan, motivasi, pembelian, korelasi, iklan, revlon,

### **Daftar Pustaka :**

1. **Effendy, Onong Uchjana. , (2003).** Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Cetakan kesembilanbelas. . 1 : Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
2. **Fabricant, Stacey M. & Stephen Gould, (1993).** Women's Make Up Careers: An Interpretive Study of Color Cosmetic Use and "Face Value". Vol 10(6), pp. 531-548. : Jurnal : Psychology and Marketing,