

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, karunia, serta inayah-Nya dan yang selalu menjaga hati ini serta kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ajaran yang penulis yakini, Penulis bisa menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “PENGARUH LIMA DIMENSI BERITA PADA MEDIA ONLINE KHUSUS GAME TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK NINTENDO 3DS (Studi Pada Anggota Grup Facebook Handheld Gamers Indonesia)” diajukan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan program S-1 jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran diperlukan untuk yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapat banyak bantuan, *support*, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis berterima kasih kepada :

1. Yth. Bapak Imansyah Lubis, S.Sos., M.SN selaku dosen pembimbing utama yang dengan penuh perhatian selama ini meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat berguna sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Yth kedua orang tua penulis, Ayahanda Abdul Hadi dan Ibunda Fitriani serta kakak penulis Nurul Chotimah, yang selalu mendo'akan dan selalu memberi dukungan, terima kasih atas segala segala dukungan baik kasih sayang, perhatian, moral, finansial maupun sumbangan pikiran yang kalian berikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Bu Hani, Pak Osa, Pak Adi dan Bu Reni yang memberi masukan serta seluruh dosen dan karyawan IM Telkom.
4. Kepada kakek dan nenek, Iskandar Usat dan Syamsiah serta keluarga besar Iskandar dan Nek Nanik serta Cil Heni yang memberikan semangat dan do'a kepada penulis.
5. Terima kasih pada sahabat Sukma dan Nanda yang selalu memberi semangat serta Puchu yang bersama-sama berjuang menuju dakol pagi-pagi.
6. Keluarga besar Bangsal 13, Wafi, Idris, Sandra dan Riswanto yang memberi banyak pengarahan serta ekky, wahyu, zulfahmi, rendi, Tommy dan bram yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
7. Abang fotocopy TLC dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam hidup, kuliah, dan penyelesaian skripsi ini.

Bandung, September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	6
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.5.1. Aspek Teoritis	11
1.5.2. Aspek Praktis	11
1.6. Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1. <i>Jurnalistik Online</i>	13
2.1.1. Karya Jurnalistik	15
2.1.2. <i>Media Online</i>	19
2.1.3. <i>Video Game</i>	20
2.1.4. <i>Brand Awareness</i>	21
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Penelitian	34
2.4. Hipotesis Penelitian	35
2.5. Ruang Lingkup Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	38
3.2.1. Variabel Penelitian	38
3.2.2. Variabel Operasional	38
3.2.3. Skala Pengukuran dan Skala Instrumen	41
3.3 Tahapan Penelitian	42

3.4	Populasi dan Sampel	42
3.4.1.	Populasi	42
3.4.2.	Sampel	43
3.4.3.	Teknik Pengambilan Sampel	43
3.5	Pengumpulan Data	44
3.5.1.	Sumber Data	44
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
3.6.1.	Uji Validitas	45
3.6.2.	Uji Reliabilitas	47
3.7	Teknik Analisis Data	49
3.7.1.	Analisis Deskriptif	49
3.7.2.	Transformasi Data Normal ke Interval	50
3.7.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.4.	Uji Hipotesis	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Karakteristik Responden	55
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2.	Analisis Deskriptif	58
4.2.1.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Timeliness</i> (X_1)	58
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Proximity</i> (X_2)	60
4.2.3.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Prominence</i> (X_3)	61
4.2.4.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Consequence</i> (X_4)	63
4.2.5.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Human Interest</i> (X_5)	65
4.2.6.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	67
4.3.	Pembahasan Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.3.1.	Pengujian Asumsi Klasik	70
4.3.2.	Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.4.	Pengujian Hipotesis	76
4.4.1.	Uji Simultan (Uji-F)	76
4.4.2.	Uji Parsial (Uji-t)	76
4.4.3.	Koefisiensi Determinasi	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	79
5.2.	Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Nintendo 3DS	5
Gambar 1.2 Produk 3DS dan 3DS XL	5
Gambar 1.3 Grafik Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2012	9
Gambar 1.4 Rating Situs Video Game Dunia	10
Gambar 2.1 Piramida <i>Awareness</i>	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	42
Gambar 3.2 Garis Kontinum Interpretasi Skor	50
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Gambar 4.4 Garis Kontinum Interpretasi Skor Variabel <i>Timeliness</i>	59
Gambar 4.5 Garis Kontinum Interpretasi Skor Variabel <i>Proximity</i>	61
Gambar 4.6 Garis Kontinum Interpretasi Skor Variabel <i>Prominence</i>	62
Gambar 4.7 Garis Kontinum Interpretasi Skor Variabel <i>Consequence</i>	64
Gambar 4.8 Garis Kontinum Interpretasi Skor Variabel <i>Human Interest</i>	66
Gambar 4.9 Garis Kontinum Interpretasi Skor Variabel <i>Brand Awareness</i>	69
Gambar 4.10 Hasil Uji Normalitas “Grafik P-Plot”	70
Gambar 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas “Grafik Scatterplot”	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>console</i> dari masa ke masa	3
Tabel 1.2 Perbandingan penjualan 3DS dan PSVita di seluruh dunia sampai dengan 31 Maret 2013 .	6
Tabel 1.3 <i>Top Game Maker IGN Version</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Karya Ilmiah	25
Tabel 2.2 Jurnal Nasional	28
Tabel 2.3 Jurnal International	31
Tabel 3.1 Variabel Operasional	39
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Skala Likert	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Berita Media <i>Online</i>	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	47
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Berita Media <i>Online</i>	48
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	48
Tabel 3.7 Kategori Interpretasi Skor	49
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Timeliness</i> (X_1)	58
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Proximity</i> (X_2)	60
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Prominence</i> (X_3)	61
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Consequence</i> (X_4)	63
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Human Interest</i> (X_5)	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas	73
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Spesifikasi Nintendo 3DS

Lampiran 2 Lembar Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Relibilitas dengan SPSS 17.0

Lampiran 4 Daftar Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Tabel Frekuensi Responden

Lampiran 6 :Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 8 Hasil Rekapitulasi Kuesioner Responden Variabel X

Lampiran 9 Hasil Rekapitulasi Kuesioner Responden Variabel Y