

SKRIPSI

**TINGKAT PENGETAHUAN REMAJA SURABAYA
MENGENAI LOGO BARU FANTA MELALUI MEDIA
YOUTUBE**



Disusun oleh:

PATRICIA YESSI PERMATASARI PRIBADI

NRP. 1423014050

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, Saya

Nama : Patricia Yessi Permatasari Pribadi

NRP : 1423014050

Menyatakan bahwa apa yang telah Saya tulis dalam skripsi berjudul:

Tingkat Pengetahuan Remaja Surabaya mengenai Logo Baru Fanta melalui Media Youtube adalah benar adanya dan merupakan hasil karya Saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah Saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka Saya rela gelar keserjanaan Saya ducabut.

Surabaya, 24 Januari 2018

Penulis



Patricia Yessi P. P.

NRP. 1423014050

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**TINGKAT PENGETAHUAN REMAJA SURABAYA MENGENAI
LOGO BARU FANTA MELALUI MEDIA YOUTUBE**

Oleh:

Patricia Yessi Permatasari Pribadi

NRP.1423014050

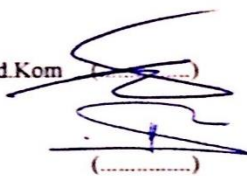
Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom (.....)

NIK.142.09.0634

Pembimbing II : Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si

NIK.142.09.0647



Surabaya, 24 Januari 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Jumat, tanggal 19 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dean,

Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK.142.09.0647



Dewan Penguji:

1. Ketua : Novcina S. Dugis., S.Sos., MA.
NIK.142.11.0708
2. Sekretaris : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK.142.09.0647
3. Anggota : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom.
NIK.142.09.0634
4. Anggota : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom.
NIK.142.10.0651

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya sebagai mahasiswa dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS)

Nama : Patricia Yessi Permatasari Pribadi

NRP : 1423014050

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah Saya

Judul : Tingkat Pengetahuan Remaja Surabaya mengenai Logo Baru Fanta melalui Media Youtube

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini Saya buat dengan sebenarnya/

Surabaya, 24 Januari 2018

Yang menyatakan,



Patricia Yessi Permatasari Pribadi

v

v

KATA PERSEMBAHAN

Impian seorang anak salah satunya adalah membuat orang tuanya bangga terhadapnya. Dengan demikian seorang anak yang mencintai orangtuanya akan memperjuangkan agar semuanya bisa tercapai. Dan inilah salah satunya hasil dari perjuangan selama 3,5 tahun untuk dapat menyelesaikan perkuliahan hingga skripsi. Berjuang untuk melawan rasa malas dan lelah dalam menjalani ini. Karena ketahuilah bahwa. semua ini hanya ingin peneliti persembahkan kepada kedua orangtua tercinta yakni Papa Sigit dan Mama Ita yang selalu memberi dukungan dalam segala situasi.

“Percayalah Jangan berhenti karena malas, karena malas mampu merugikan diri sendiri” - Mama –

Surabaya, 24 Januari 2018

Patricia Yessi Permatasari Pribadi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis dapat diberikan suatu kelancaran oleh Tuhan Yesus Kristus sehingga mampu menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul Tingkat Pengetahuan Remaja Surabaya mengenai Logo Baru Fanta melalui Media Youtube. Skripsi ini telah dibuat dengan sebaik mungkin oleh penulis guna dapat menjadi referensi atau bahan bacaan untuk pembaca yang ingin mengetahui model proses komunikasi Harold Lasswell yaitu dengan unsure SMCRE (*Source, Message, Channel, Reciever, and Effect*) dan dengan disertai tingkat pengetahuan yang sesuai dengan bidang ilmu komunikasi.

Selain itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang turut berperan dalam memberikan suatu bimbingan dan semangat, sehingga pelaksanaan untuk mengerjakan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus yang penulis cintai, atas penyertaanmu yang tiada henti muali dari awal menjalani perkuliahan ditahun 2014 hingga saat ini. Dengan penyertaanMu penulis bisa menjalani masa perkuliahan tanpa ada halangan apapun yang menghadang penulis dalam melakukan proses perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala.
2. Teruntuk Papa Andreas Sigit Pribadi, Mama Josephita Panca D.C., dan Adik Maria Gita K.P. yang amat penulis cintai. Keluarga yang selalu berusaha untuk penulis, agar penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan gelar sarjana.

3. Kepada dosen pembimbing I penulis, yakni Ibu Anastasia Yuni Widyanigrum, S.Sos., M.Med.Kom. dan kepada Ibu Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si. selaku pembimbing II dari penulis yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan dukungan berupa ilmu baru pada saat pembuatan laporan tugas akhir ini.
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS yang selalu membantu dalam proses awal hingga akhir mengenai pembelajaran semasa kuliah dan surat menyurat dalam pengajuan skripsi ini. Sehingga penulis mampu melaksanakan perkuliahan dengan baik dan dengan pembelajaran itu sangat berguna bagi masa depan penulis.
5. Kemudian teruntuk seluruh keluarga penulis yang penulis sayangi yakni, Budhe, Om, Tante, Mas, Mbak, dan Adik sekalian yang selalu memberikan *support* dan doa yang selalu menyertai penulis dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini.
6. Kepada patner penulis yakni Yonathan Eka Putra yang selalu mendukung, mendengarkan keluh kesah, dan membantu selama proses pengerjaan laporan tugas akhir ini.
7. Kepada sahabat spesial yang penulis cintai yakni EkaMay, Evellyne, Hanna, Veronica, Kak Karin Oblias, Aldy, Eka Putra, Eman, Alfred, Ibu Noveina Silviyani Dugis, dan seluruh teman-teman Laboratorium FIKOM, dll. yang selalu memberikan semangat dan membantu peneliti untuk

- dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yakni membuat skripsi ini dengan maksimal.
8. Kepada teman seperjuangan yaitu fikomers dengan pejuang tiga setengah tahun yang saling memberikan semangat satu sama lain untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini secara bersamaan.
 9. Kepada rekan-rekan yang terkasih yakni, Ibu Nina, Ita, Kak Ilham, Garnis, Amanda, Deby, Desy dll. yang telah membantu dan memberikan semangat penulis dalam membantu jalannya perkuliahan hingga mengerjakan tugas akhir dengan baik.

Demikian ucapan terimakasih penulis untuk dukungannya selama ini, namun penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dalam membuat laporan tugas akhir ini, Maka dari itu penulis sangat berharap untuk mendapat kritik dan saran untuk dapat memperbaiki laporan tugas akhir ini. Penulis juga berharap agar laporan kerja praktek ini dapat berguna bagi pembaca. Terima Kasih.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Originalitas	ii
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Dosen Penguji	iv
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
DAFTAR ISI	x
Daftar Bagan	xiv
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	13
I.3 Tujuan Penelitian	13
I.4 Batasan Masalah	13
I.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
II.1 Kerangka Teori	15
II.1.1 Teori Proses Komunikasi Harold Lasswell	15
II.1.2 Tingkat Pengetahuan sebagai Efek Komunikasi	16
II.1.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengetahuan	18

II.1.3 Public Relations	19
II.1.4 Logo	21
II.1.4.1 Fungsi Logo	22
II.1.4.2 Elemen-elemen Logo	22
II.1.5 Remaja	26
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	29
II.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
III.1 Pendekatan dan Jenis Penulisan	32
III.2 Metode Penelitian.....	32
III.3 Identifikasi Variabel Penulisan.....	33
III.4 Definisi Konseptual.....	33
III.5 Definisi Oprasional.....	34
III.6 Populasi dan Sampel.....	36
II.6.1 Populasi.....	36
II.6.2 Sampel.....	36
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	36
III.8 Teknik Pengumpulan Data	37
III.9 Teknik Validitasdan Reliabilitas	38
III.9.1 Teknik Validitas	38
III.9.2 Teknik Reliabilitas.....	39
III.10 Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	43
IV.1.1 Profil Perusahaan.....	43

IV.1.2 Logo Perusahaan	46
IV.1.3 Deskripsi Logo Baru Fanta melalui Media Youtube	47
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
IV.2.1 Uji Validitas	49
IV.2.1 Uji Reliabilitas	50
IV.3 Hasil Penelitian	51
IV.3.1 Temuan Data	51
IV.3.2 Deskripsi mengenai Karakteristik Responden	51
IV.3.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
IV.3.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	53
IV.3.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	55
IV.3.2.4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Menonton	56
IV.3.3 Deskripsi mengenai Pengetahuan Logo Baru Fanta	58
IV.3.3.1 Pengetahuan mengenai Bentuk Logo Baru Fanta	58
IV.3.3.2 Pengetahuan mengenai Warna Logo Baru Fanta	61
IV.3.3.3 Pengetahuan mengenai Tipografi Logo Baru Fanta	64
IV.4 Pembahasan.....	67
IV.4.1 Tingkat Pengetahuan Remaja Surabaya mengenai Logo Baru Fanta	67
IV.5 Tabulasi Silang Identitas Diri dengan Tingkat Pengetahuan Logo ..	69
IV.5.1 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan	69
IV.5.2 Tabulasi Silang Usia dengan Tingkat Pengetahuan	71
IV.5.3 Tabulasi Silang Pend. Akhir dengan Tingkat Pengetahuan	73
IV.5.2 Tabulasi Silang Frekuensi dengan Tingkat Pengetahuan ..	74

BAB V PENUTUP	77
V.1 Kesimpulan.....	77
V.2 Saran	78
V.2.1 Saran Akademis	78
V.2.2 Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR BAGAN

Model Komunikasi Harold Lasswell	15
---	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Mini Survei mengenai Tingkat Pengetahuan Logo Baru Fanta.....	4
Tabel I.2	Scene pada Iklan Fanta Baru mengenai Logo Baru	7
Tabel IV.1	Scene pada Iklan Fanta Baru mengenai Logo Baru Fanta	48
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas	49
Tabel IV.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel IV.4	Jenis Kelamin.....	52
Tabel IV.5	Usia.....	54
Tabel IV.6	Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel IV.7	Frekuensi Menonton Youtube dalam 3 bulan Terakhir.....	57
Tabel IV.8	Pengetahuan Bentuk Logo Baru Fanta.....	59
Tabel IV.9	Pengetahuan Warna Logo Baru Fanta.....	62
Tabel IV.10	Pengetahuan Tipografi Logo Baru Fanta.....	65
Tabel IV.11	Tingkat Pengetahuan berdasarkan Indikator Logo.....	67
Tabel IV.12	Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Vs Tingkat Pengetahuan.....	70
Tabel IV.14	Tabulasi Silang antara Usia Vs Tingkat Pengetahuan.....	72
Tabel IV.15	Tabulasi Silang antara Pendidikan Akhir Vs Tingkat Pengetahuan.....	73
Tabel IV.16	Tabulasi Silang antara Frekuensi Menonton Vs Tingkat Pengetahuan.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Perkembangan Logo Fanta dari Tahun 1940-2016.....	2
Gambar I.2 Logo Baru Fanta tahun 2016-sekarang.....	3
Gambar I.3 Suasana dalam iklan Fanta baru (Lapangan Sekolah).....	9
Gambar I.4 Scene yang menunjukkan tim <i>cheerleader</i> pada iklan Fanta Baru.....	9
Gambar IV.1 Perkembangan Logo Fanta 1940-2016.....	45
Gambar IV.2 Logo Perusahaan Fanta.....	46
Gambar IV.3 Keterangan Bentuk pada Logo Baru Fanta.....	60
Gambar IV.4 Keterangan Warna Logo Baru Fanta.....	63
Gambar IV.5 Keterangan Tipografi pada Logo Baru Fanta.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	83
Lampiran 2 Uji Validitas melalui SPSS.....	88
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	89
Lampiran 4 Hasil Hitungan Karakteristik Responden dengan SPSS.....	90
Lampiran.5 Hasil Hitungan Tingkat Pengetahuan Indikator Logo.....	91
Lampiran 6 Hasil Hitungan Tabulasi Silang.....	94
Lampiran 7 Pengkodean Kuesioner.....	99

ABSTRAK

Patricia Yessi NRP.1423014050. *Tingkat Pengetahuan Remaja Surabaya mengenai Logo Baru Fanta melalui Media Youtube*

Penelitian ini mengukur mengenai tingkat pengetahuan remaja Surabaya mengenai logo baru Fanta melalui media Youtube. Pada penelitian ini peneliti melihat karena pentingnya logo bagi suatu perusahaan yang menjadi suatu identitas korporat. Peneliti ingin mengukur seberapa konsumen atau publik dari perusahaan tersebut mengetahui logo perusahaan Fanta. Peneliti memilih youtube sebagai media dalam penelitian ini dikarenakan media youtube merupakan salah satu media beriklan dari Fanta. Peneliti menggunakan metode survei, hal ini dikarekan peneliti ingin mengetahui informasi yang diperoleh dari responden dengan menggunakan teknik survei. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner. Pada penelitian tingkat pengetahuan ini peneliti menemukan hasil dimana tingkat pengetahuan remaja Surabaya mengenai logo baru Fanta melalui media Youtube cenderung tinggi. Hasil tingkat pengetahuan tertinggi pada indikator logo yaitu indikator warna. Hal ini dikarenakan warna lebih mudah untuk dipahami dan diingat oleh sebagian besar remaja.

Kata Kunci : Tingkat Pengetahuan, Logo, Fanta, Youtube

ABSTRAC

Patricia Yessi NRP. 1423014050. *Level of knowledge Surabaya teenagers about the new Logo of Fanta through Youtube Media*

This study measures the level of knowledge about adolescent Surabaya on the new Fanta logo through the medium of Youtube. In this study researchers see due importance of logo for a company that became a corporate identity. Researchers want to measure how consumers or the public from these companies know the logo company Fanta. The researchers chose youtube as a medium in this research because youtube is one of the media media advertising of Fanta. Researchers using survey methods, this dikarekan researchers want to find out the information obtained from the respondent by either using the survey technique. This research uses a quantitative approach to the method of survey through questionnaire. On the research of the level of knowledge of these researchers found results where the level of knowledge Surabaya teenagers about the new logo of Fanta through Youtube media tends to be high. The results of the highest level of knowledge on the indicator logo is colors. This is because the color is easier to be understood and remembered by most teenagers.

Keywords : Logo, Level of Knowledge, Fanta, Youtube