





Situs Tokobagus adalah situs yang menawarkan jasa pusat jual beli *online* seperti produk atau jasa seperti handphone, komputer, mobil bekas, motor, *property*, aneka jasa lowongan kerja dan lain-lain. Situs Tokobagus memasarkan jasa sistem penjualan *online* melalui iklan di media elektronik (televisi). Televisi menjadi salah satu media favorit untuk menyalurkan informasi atau berita mengenai produk atau jasa, karena diyakini bahwa televisi masih menjadi salah satu media yang dapat diandalkan untuk beriklan. Hal tersebut dikarenakan televisi terbukti masih lebih menghasilkan dibanding sarana beriklan lainnya. Pernyataan tersebut didukung dengan data dari lembaga penelitian The Nielsen Indonesia.

Periklanan merupakan salah satu dari kiat utama yang digunakan perusahaan untuk mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat (Kotler, 2000; 814). Iklan merupakan salah satu instrumen pemasaran modern, yang aktivitasnya didasarkan pada konsep komunikasi. Oleh karena merupakan bentuk komunikasi, maka keberhasilannya dalam mendukung program pemasaran dalam bisnis *online* merupakan pencerminan dari keberhasilan komunikasi.

Kotler dan Armstrong (2008: 136), menambahkan bahwa televisi superior dalam jangkauannya yang dapat mencakup konsumen maupun calon konsumen secara luas, serta dapat memaparkan hal positif tentang ukuran, popularitas, dan keberhasilan penjual, karena itulah konsumen cenderung memandang produk dan jasa yang diiklankan dapat lebih dipercaya.

Bagi sebagian perusahaan iklan melalui media elektronik (televisi) menjadi alternatif pilihan yang menarik, disamping jangkauannya luas, juga adanya unsur hiburan sangat mendukung pembentukan persepsi konsumen terhadap suatu produk. Iklan sebagai salah satu elemen promosi merupakan suatu strategi yang umum dipakai oleh perusahaan untuk



mengenalkan dan memperkuat produk atau jasa agar meningkatkan *awareness* kepada para khalayak

Terkenalnya situs Tokobagus di media internet melalui iklan yang di tayangkan di media televisi, ternyata menimbulkan banyak masalah-masalah yang muncul. Yang paling banyak terjadi adalah kasus penipuan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tak bertanggung jawab yang memanfaatkan momentum naiknya pamor situs Tokobagus di kalangan *online-shopper*. Kecurangan-kecurangan yang dilakukan *online-shop* membuat kepercayaan konsumen terhadap situs online Tokobagus pun menurun, mereka mempertanyakan kredibilitas situs online Tokobagus khususnya perihal keamanan dan kepercayaan dalam berbelanja secara *online*.

Permasalahan tersebut memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen pada layanan Tokobagus yang selama ini menggunakan situs *online* dibandingkan dengan kompetitornya yaitu forum Kaskus. Forum Kaskus adalah forum yang melayani jasa jual beli *online* tetapi forum ini tidak menggunakan mempromosikan forum tersebut dengan media televisi maupun cetak, mereka melakukan promosi forum Kaskus dengan kegiatan sosial, dan cukup banyak yang percaya melakukan kegiatan jual beli online dengan forum jual beli Kaskus. Peneliti melakukan penelitian ini apakah iklan televisi Tokobagus memiliki pengaruh apa tidak terhadap kepercayaan para Masyarakat dalam menggunakan *website* tokobagus.com untuk melakukan transaksi jual beli *online*.

Dengan latar belakang diatas maka penulis memilih judul **“Pengaruh Iklan Televisi Tokobagus Terhadap Tingkat Kepercayaan Pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara”**. Penulis ingin mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara yang menggunakan situs Tokobagus sebagai tujuan berbelanja *online* mereka. Diharapkan penelitian ini dapat membantu mengetahui apa yang mempengaruhi iklan



Tokobagus terhadap tingkat kepercayaan mereka dalam menggunakan situs Tokobagus untuk berbelanja online dari iklan yang ditayangkan televisi.

### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut “Apakah iklan televisi Tokobagus memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara?”

### C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang serta rumusan masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian, sebagai berikut :

1. Apakah iklan televisi Tokobagus mempengaruhi kepercayaan pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara dalam menggunakan situs tokobagus.com?
2. Pengaruh apa yang ditimbulkan oleh iklan televisi tokobagus terhadap tingkat kepercayaan pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara?
3. Seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh iklan televisi Tokobagus terhadap tingkat kepercayaan pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara dalam menggunakan situs tokobagus.com?



#### D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh iklan televisi Tokobagus terhadap kepercayaan konsumen di Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara dalam menggunakan situs tokobagus.com.
2. Mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh iklan televisi Tokobagus terhadap tingkat kepercayaan pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara
3. Untuk mengetahui pengaruh iklan televisi yang ditimbulkan oleh iklan televisi Tokobagus terhadap tingkat kepercayaan pemirsa Kelapa Gading Timur, Jakarta Utara dalam menggunakan situs tokobagus.com.

#### E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis
  - a. Untuk mengetahui hal-hal seputar iklan dalam bidang jasa bisnis online.
  - b. Agar penelitian ini dapat menjadi pondasi dan dapat dilanjutkan oleh peneliti berikutnya apabila diperlukan.
  - c. Untuk mengaplikasikan pembelajaran yang diperoleh dalam kegiatan perkuliahan terutama dalam program studi komunikasi pemasaran, khususnya mengenai periklanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLKKG.



## 2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan untuk menjaga tingkat kepercayaan yang lebih baik dalam menjaga kepercayaan berbelanja online melalui media-media online.
- b. Mengetahui cara membangun kepercayaan dalam periklanan berbelanja online, dimana hal ini sangat penting dalam upaya pembangunan citra positif perusahaan atau instansi yang akan menaikkan penjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.