

**PENGARUH DAYA TARIK RASIONAL DAN EMOSIONAL IKLAN  
YOUTUBE LINE ‘HARI PERTAMA KERJA’ TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN LINE FOR PC**

(Studi Survei Penonton Iklan YouTube LINE ‘Hari Pertama Kerja’)

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi*



**oleh:**

**Nida Amalia Sholehah**

**NIM.1200658**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2016**

**PENGARUH DAYA TARIK RASIONAL DAN EMOSIONAL IKLAN  
YOUTUBE LINE '*HARI PERTAMA KERJA*' TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN LINE FOR PC**

(Survey Online pada Penonton Iklan YouTube LINE '*Hari Pertama Kerja*')

Oleh

**Nida Amalia Sholehah**

NIM : 1200658

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Nida Amalia Sholehah2016

Universitas Pendidikan Indonesia

September 2016

© Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian ,  
Dengan dicetak ulang, difoto kopi atau dengan cara lainnya tanpa sepengetahuan  
dan izin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**NIDA AMALIA SHOLEHAH**

**NIM 1200658**

**PENGARUH DAYA TARIK RASIONAL DAN EMOSIONAL IKLAN  
YOUTUBE LINE 'HARI PERTAMA KERJA' TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN LINE FOR PC**

**(Studi Survei Penonton Iklan YouTube LINE 'Hari Pertama Kerja')**

**Skripsi ini disetujui oleh**

**Pembimbing I,**



**Prof. Dr. Cipi Riyana, M.Pd.**

**NIP. 197512302001121001**

**Pembimbing II,**



**Heri Puspito Divah Setiyorini, M.M**

**NIP. 197610312008122001**

**Mengetahui**

**Ketua Departemen Ilmu Komunikasi**



**Dr. Ridwan Effendi, M.Ed**

**NIP. 19620926 198904 1 001**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Daya Tarik Rasional dan Emosional Iklan YouTube LINE ‘Hari Pertama Kerja’ terhadap Minat Menggunakan LINE for PC**” Beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, September 2016

Yang Membuat Pernyataan

Nida Amalia Sholehah

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi untuk menyelesaikan studi ini.

Penelitian skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat kelulusan dalam jenjang Strata 1 serta memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Universitas Pendidikan Indonesia. Judul skripsi yang peneliti ajukan yaitu **Pengaruh Daya Tarik Rasional dan Emosional Iklan YouTube LINE ‘Hari Pertama Kerja’ terhadap Minat Menggunakan LINE for PC.**

Selama proses menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah berusaha dengan maksimal dan segala proses ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak mulai dari para pembimbing, keluarga, hingga rekan peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini bukan sepenuhnya sempurna, maka peneliti siap menerima kritik dan saran yang bermanfaat dari berbagai pihak, namun peneliti berharap skripsi ini dapat diterima dengan baik untuk jangka waktu yang panjang.

Peneliti juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi khususnya bagi peneliti umumnya dan seluruh pihak yang membaca, serta dapat menjadikan skripsi ini sebagai referensi untuk melanjutkan penelitian dengan topik yang serupa. Serta diharapkan menjadi sumbangsih ilmu yang berarti bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya bidang iklan pada komunikasi pemasaran.

Bandung, September 2016

Peneliti

Nida Amalia Sholehah