



**PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI IKLAN TVC PROVIDER TRI
INDIE+ VERSI ANAK PEREMPUAN
(Study deskriptif pada warga Rw 04 paninggihan utara tangerang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communication

MERCU BUANA

Disusun Oleh:

ALFIN NURAHMAN

44308010004

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2014



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PERSEPSI KHALAYAK WARGA RW04
PANINGGILAN UTARA MENGENAI IKLAN TVC
PROVIDER TRI INDIE+ VERSI ANAK
PEREMPUAN**

Nama : Alfin Nurahman

Nim : 44308010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 12 Februari 2014

Ketua Sidang,
Yoyoh Hereyah, Dra., M.si

(..........)

Penguji Ahli,
Nindyta A., M.si

(..........)

Pembimbing
Razie Razak, M.ikom

(..........)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PERSEPSI KHALAYAK WARGA RW04
PANINGGILAN UTARA MENGENAI IKLAN TVC
PROVIDER TRI INDIE+ VERSI ANAK
PEREMPUAN**

Nama : Alfin Nurahman

Nim : 44308010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 12 Februari 2014
Disetujui dan diterima oleh,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Razie Razak, M.ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Agustina Zubair, Dr., M.Si)

**Ketua Bidang Studi Marketing
Communication and Advertising**



(Yoyoh Hereyah, Dra., M.si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, berkat Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga memberikan kemudahan bagi peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Persepsi Khalayak Mengenai Iklan Tvc Provider Tri Indi+ Versi Anak Perempuan”.

Penyusunan skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta.

Selanjutnya, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang membantu kelancaran penulisan skripsi ini, baik berupa dorongan moril maupun materil. Karena peneliti yakin tanpa bantuan dan dukungan tersebut, sulit rasanya bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Disamping itu, izinkan peneliti untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

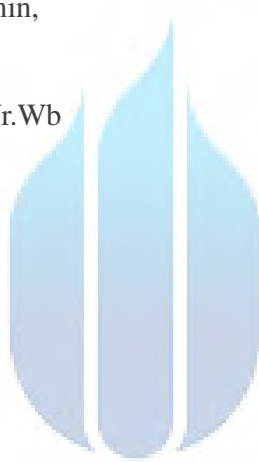
1. Razie Razak, M.Ikom sebagai dosen pembimbing yang telah berkenan mencurahkan perhatiannya dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku KetuaBidang Studi Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu BuanaJakarta.
4. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat dan dorongan yang tiada hentinya kepada penulis, yaitu orangtua: Ayahanda dan Ibunda serta Adik-adikku.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, semoga Bapak dan Ibu dosen selalu dalam rahmat dan lindungan Allah SWT. Sehingga ilmu yang telah diajarkan dapat bermanfaat dikemudian hari.
6. Bapak pimpinan beserta para staff Perpustakaan Utama, atas segala kemudahan yang diberikan kepada penulis untuk mendapatkan referensi yang mendukung penyelesaian skripsi ini.
7. Kawan-kawanku Siswanto,S.ikom, Rio Laksamana,S.ikom, Arip Wicaksana, M. Ridwan Farhidz, Haffiz Thobar, Guruh Sofyan, Fachmi Randy Lafian,S.ikom,Randy Ramadhan,S.ikom, Yoggi Septian H.,S.ikom, Raden Eri S.,S.ikom dan kawan-kawan Mahasiswa UMB Jurusan Marketing Komunikasi angkatan 2008-2009 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang selalu memberikan support dan doanya..

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga peneliti sangat membutuhkan saran serta kritik, karena sesungguhnya kesempurnaan itu hanyalah milik Allah SWT. Dan dengan segala kerendahan hati peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan baik bagi akademisi, praktisi maupun masyarakat umum.

Amin Ya Robbal Alamin,

Wassalamualaikum Wr.Wb



Jakarta, Januari 2014

UNIVERSITAS
Penulis
MERCU BUANA

Alfin Nurahman

DAFTAR ISI

Judul	i
Abstraksi	ii
Kata Pengantar.....	iii
Lembaran Persetujuan Skripsi.....	vi
Lembaran Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	vii
Lembaran Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II	8
KERANGKA TEORI	8
2.1 Komunikasi.....	8
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.3 periklanan Sebagai Proses Komunikasi.....	10
2.4 Periklanan.....	14
2.5 Stimuli Iklan.....	15
2.9 Persepsi	22
2.9.1 Proses Persepsi.....	23

BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Sifat Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	33
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	34
3.5 Definisi Konsep Dan Operasional Konsep	34
3.5.1 Definisi Konsep	34
3.5.2 Operasional Konsep.....	36
3.6 Teknik Analisa Data.....	36
3.6.1 Editing.....	44
3.6.2 Koding.....	44
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.2 Visi dan Misi.....	51
4.3 Produk	52
4.4 StoryBoard Iklan.....	56
4.4.1 Alur Cerita.....	56
4.5 Hasil Penelitian.....	57
4.5.1 Identitas Responden.....	58
4.5.2 Stimuli Iklan.....	61
4.5.3 Perhatian Elemen-Elemen Iklan Tri.....	64

4.5.4 Penafsiran Elemen-Elemen Iklan Tri.....	68
4.5.5 Pemahaman Khalayak Mengenai Elemen-Elemen Iklan Tri.....	75
4.6 Akumulasi Persepsi.....	83
4.7 Analisi Dan Pembahasan.....	84
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

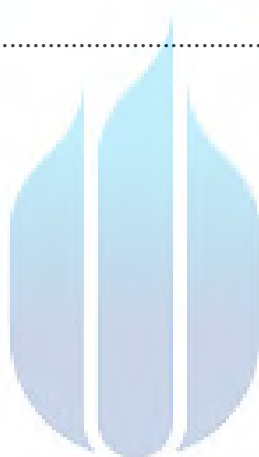
1	Tabel 3.1 Data Penduduk Usia 19-29 Tahun Berdasarkan Data RW 04 Kelurahan Paninggilan utara.....	39
2	Tabel 3.2 Teknik Penarikan Jumlah Sampel dari Setiap RT di lingkungan RW 04	42
3	Tabel 3.3 Operasional Konsep	47
4	Tabel 3.4 Skala Interval	54
5	Tabel 3.5 Skala Pengukuran Variable	56
6	Tabel 3.6 Pemberian Nilai Pada Kuesioner	57
7	Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
8	Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	69
9	Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan	69
10	Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Melihat Iklan Tri Di Televisi	70
11	Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Adanya Endorser	71
12	Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Adanya Logo	71
13	Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Perhatian Melihat Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	72
14	Tabel 4.8 Data responden berdasarkan Intensitas Responden Dalam Melihat Tayangan Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	73
15	Tabel 4.9 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Dalam Melihat Tayangan Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	74
16	Tabel 4.10 Data Responden Berdasarkan Ingatan Mengenai Ucapan Pada Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	76
17	Tabel 4.11 Data Responden Berdasarkan Ingatan Mengenai Musik Dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	77
18	Tabel 4.12 Data Responden Berdasarkan Ingatan Tulisan Yang Terdapat Dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan.....	78
19	Tabel 4.13 Data Responden Berdasarkan Ingatan Mengenai Gambar Yang Terdapat Dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan.....	79
20	Tabel 4.14 Data Responden Berdasarkan Ingatan Mengenai Warna Yang Terdapat Dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	80
21	Tabel 4.15 Data Responden Berdasarkan Ingatan Mengenai Gerakan Yang Terdapat dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	81
22	Tabel 4.16 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai Ucapan Yang Terdapat dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	82
23	Tabel 4.17 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai Musik Yang Terdapat dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	84
24	Tabel 4.18 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai Tulisan Yang Terdapat dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	85

25	Tabel 4.19 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai Gambar Yang Terdapat dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	86
26	Tabel 4.20 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai Warna Yang Terdapat dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	87
27	Tabel 4.21 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai Gerakan Yang Terdapat dalam Iklan Tri Indi+ Versi Anak Perempuan	88
28	Tabel 4.22 Tabel Akumulasi Persepsi	89



DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner	Lampiran 1
Tabel <i>Coding Sheet</i>	Lampiran 2
Surat Permohonan Data Skripsi	Lampiran 3
Surat Permohonan Kuisisioner	Lampiran 4
Surat Keterangan Jumlah Warga	Lampiran 5
Surat Keterangan Penelitian	Lampiran 6
<i>Curriculum Vitae</i>	Lampiran 7



UNIVERSITAS
MERCU BUANA