



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Studi Program Advertising and Marketing Communication
2013

ABSTRACT

Alin Fitriany Astuti (44309010014)

Construction of Corruption on Television Advertising

(Analysis Framing Robert N. Entman at the advertising Djarum 76 of Genie Contest Version)

88 pages, 7 table lists, 2 picture lists

Bibliography: 17 books (1995-2012), 9 article internet sites, 2 journals, 2 programs .

Keywords: Corruption Construction, Framing, advertising Djarum 76.

This study examines the corruption construction in the advertising of Djarum 76 of genie contest version . In this study, researchers used scene objects at Djarum 76 of genie contest version . From these scenes on the advertising it has been formed a social construction such as the prolonged corruption cases that sometimes involves unscrupulous government officials.

There are two main essence of Framing . Firstly, how to interpret the events . This is related to which parts to be covered, or not . Secondly, how the facts are written . This aspect relates to the use of words, sentences, and pictures to support the idea . Analysis is occurred toward sentences, words, expressions and visual images taken from the scenes in the performance of Djarum 76 advertisement of genie contest version.

Descriptive qualitative method is used in this study with a qualitative approach . Analysis data and approach to the concept of framing in this study were divided into two parts, namely four framing devices, (1) define problems, (2) diagnose causes, (3) make moral judgement, (4) treatment recommendation; and two dimensions of the news (1) issues selection, (2) aspect assertion.

This study revealed that from the advertising scenes formed a social construction namely the prolonged corruption case and frequently involves unscrupulous government officials. Therefore, the advertisers must create strategies by releasing its creative ideas into the advertisement from the views of phenomenon that arise in the community or from popular phenomenon . The creative ideas are packed with Parody in order to create the impression of humor that can entertain the audience .



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Program Studi Advertising and Marketing Communication

2013

ABSTRAKSI

Alin Fitriany Astuti (44309010014)

Konstruksi Korupsi Pada Iklan Televisi

(Analisis Framing Robert N. Entman Pada Iklan Djarum 76 Versi Kontes Jin)

88 halaman, 7 daftar tabel, 2 daftar gambar.

Bibliografi: 17 buku (tahun 1995 - 2012), 9 artikel situs internet, 2 jurnal, 2 program acara.

Kata kunci: Konstruksi korupsi, Framing, iklan Djarum 76.

Penelitian ini mengkaji konstruksi korupsi pada iklan Djarum 76 versi Kontes Jin. Peneliti menggunakan objek dalam penelitian ini adalah *scene-scene* pada iklan Djarum 76 versi kontes jin. Dari *scene* pada iklan tersebut terbentuklah sebuah konstruksi sosial yaitu kasus korupsi yang tidak pernah tuntas penyelesaiannya dan selalu melibatkan oknum pegawai pemerintahan.

Ada dua esensi utama dari framing. Pertama, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. Kedua, bagaimana fakta ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan. Analisis dilakukan terhadap kalimat, kata, ekspresi dan gambar visual yang diambil dari *scene-scene* pada tayangan iklan Djarum 76 versi kontes jin tersebut.

Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kualitatif. Data analisis dan pendekatan konsep framing pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu empat perangkat framing (1) define problems, (2) diagnose causes, (3) make moral judgement, (4) treatment recommendation dan dua dimensi besar berita (1) seleksi isu, (2) penonjolan aspek.

Penelitian ini menemukan bahwa Dari *scene* pada iklan tersebut terbentuklah sebuah konstruksi sosial yaitu kasus korupsi yang tidak pernah tuntas penyelesaiannya dan selalu melibatkan oknum pegawai pemerintahan. Maka dari itu pengiklan menciptakan strategi dengan mengeluarkan ide kreatif ke dalam iklannya yang dilihat dari fenomena yang muncul di masyarakat dan fenomena yang diangkatpun sangat populer. Ide kreatif dikemas dengan parodi agar menimbulkan kesan humor yang dapat menghibur penonton.