

Respon Protokol RCTI pada iklan TVC Provider Axis versi

“joni blak-bakkan”



DISUSUN OLEH :

NAMA	: Kiki Apriliani
NIM	: 44307010022
JURUSAN	: Markom and Advertising

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
JURUSAN ADVERTISING**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Respon Protokol RCTI pada iklan TVC Provider Axis versi “Joni
blak-blakkan”

Nama : Kiki Apriliani

Nim : 44307010022

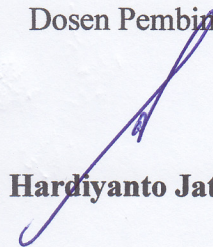
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising

Jakarta, Maret 2012

Disetujui dan Diterima Oleh :

Dosen Pembimbing



(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
JURUSAN ADVERTISING**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Respon Protokol RCTI pada iklan TVC Provider Axis versi “Joni
blak-blakkan”

Nama : Kiki Apriliani

Nim : 44307010022

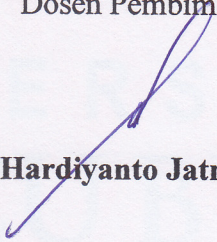
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising

Jakarta, Maret 2012

Disetujui dan Diterima Oleh :

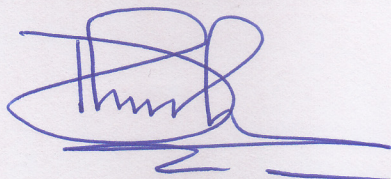
Dosen Pembimbing



(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)

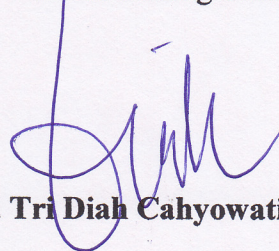
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Kiki Apriliani
Nim : 44307010-022
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication
Judul Skripsi : Respon Protokol RCTI pada iklan TVC Provider Axis versi "Joni blak-blakkan"

Ketua Sidang

SM. Niken Restaty, S.Sos. M. Si

Jakarta, Februari 2012

(.....)

Penguji Ahli

Yoyoh Hereyah, M.Si.

(.....)

Pembimbing

Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si

(.....)

KATA PENGANTAR

Bismillairrahmannirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'aalamin...., segala puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia serta hidayah-nya, sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **Respon Protokol RCTI pada iklan TVC Provider Axis versi “Joni blak-blakkan”** insyallah dengan baik dan bermanfaat. Skripsi ini dibuat oleh penulis merupakan salah satu syarat kelulusan (S1) sehingga dapat bermanfaat untuk teman – teman mahasiswa/I mengenai media periklanan.

Mengingat hanya Allah SWT – lah yang Maha Sempurna, maka penulis menyadari bahwa penulisan dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran, dan masukan demi perbaikan dalam penyusunan yang lebih baik lagi.

Dapat selesainya penulisan skripsi ini tidak lain terlepas dari bantuan berbagai pihak yang banyak memberikan sumbangan yang teramat sangat berarti baik moril maupun material. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan atau menyampaikan ucapan terima kasih setulus hati kepada :

1. **Bpk. Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si** selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, dan Dosen pembimbingku, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing dari awal penulis dalam menyusun skripsi ini.

2. **Ibu. Dra, Tri Dyah Cahyowati, M.Si.** selaku ketua bidang studi Marcomm & Advertising dan Ketua Sidang.
3. **Ibu. Dra. Diah Wardhani, M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. **Ibu Yoyoh Hereyah, M,Si.** Selaku penguji ahli yang memberikan saran dan perbaikan skripsi.
5. Dosen – dosen Fikom UMB yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu kepada peneliti sehingga peneliti menjadi lebih paham akan bidang Marcomm & Advertising.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staf TU Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya jurusan Advertising yaitu Pak Sam, yang sering saya repotin terima kasih ya pak atas bimbingan, pengajaran serta bantuannya dalam pembuatan surat-surat pada kegiatan Skripsi penulis. Ilmu kalian sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Ayahku (Zubir syam), dan (alm) Farida ibuku yang tidak sempat melihat saya menjadi sarjana, walaupun itu saya tau pasti ia mendoakan ku setiap saat, untuk kakak (yanti,yeni,yohana,yessy,dan yeli), dan adikku (Jason Donovan), dan kaka ipar ku mas Ichan, mas audi, dan mas moyo yang penulis sangat sayangi, yang telah begitu sabar mendampingi penulis, memberikan doa yang tiada hentinya dan memotivasi baik moral mateil sehingga penulis sanggup menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Untuk sahabat-sahabatku yang amat penulis sayangi Nisa (ketua geng), Vita (mpok rengpong), widi (wanita perkasa) yang selalu menyemangati penulis setiap

- saat, sampe” kalian gemes liat skripsi aku ga rapi-rapi, sekarang kita berempat sudah jadi sarjana dan mudah-mudahan kita sukses bareng ya.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Markom Advertising angkatan 2007, Retcy (maminya anak”), Ari, Handayani, Sisilia, Meta, Gading, Zairina, Saidal, Candra, Edmon, pokoknya semua anak 2007 kalian tetap markom bersatu, tidak bisa dikalahkan.
 10. Untuk pacarku Francois Halawa (si jelekku) yang selalu bersedia mendampingi penulis setiap saat, dan bersedia memberikan apapun agar penulis dapat menyelesaikan skripsinya, dan mudah-mudahan kamu cepet nyusul juga jadi sarjana.
 11. Untuk Amo pacarnya widi yang telah meminjamkan laptopnya selama sebulan agar penulis dapat menyelesaikan skripsinya, dan maaf ya udah bikin laptopnya sampe-sampe harus di format ulang gara” gw. Untuk Octa yang telah membimbing penulis agar bias menyelesaikan itung”an Validitas dan Reliabilitasnya hehehe.
 12. Kepada seluruh teman-teman mahasiswa FIKOM Universitas Mercu Buana yang telah bersedia dijadikan objek penelitian, terima kasih banyak.
 13. Untuk para responden anggota Protokol RCTI yang telah membantu dalam pengisian kuesionernya, tanpa kalian skripsiku tidak akan selesai, dan kita tetap satu PROTOKOLER Yeeee.

Penulisan Skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun bilamana ada kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi mahasiswa-mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan dan dorongan dari semua pihak, semoga mendapatkan anugerah dari Allah SWT.

Wassalammualaikum WR. WB

Jakarta, Maret 2012

Kiki Apriliani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x

BAB I. PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	8
1.3	Tujuan Penelitian.....	8
1.4	Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1	Manfaat Akademis.....	9
1.4.2	Manfaat Praktis.....	9

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Periklanan Sebagai Proses Komunikasi.....	10
2.2	Teori Stimulus Organisme Respon.....	13
2.3	Proses Respon.....	15
2.3.1	Respon Kognitif (Pengetahuan).....	18
2.3.2	Respon Afektif (Perasaan/sikap).....	21
2.4	Televisi Sebagai Media Periklanan.....	24
2.5	Unsur-unsur Dalam Iklan Televisi.....	25
2.6	Taktik Kreatif Iklan Televisi.....	29

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Sifat Penelitian.....	34
3.2	Metode Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sample.....	35
3.3.1	Populasi.....	35
3.3.2	Sample.....	35
3.4	Definisi Konsep dan Operasioanal Konsep.....	37
3.4.1	Definisi Konsep.....	37
3.4.2	Operasional Konsep.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1	Data Primer.....	46
3.5.2	Data Sekunder.....	46
3.6	Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1	Analisis Statistik.....	58
3.6.1.1	Uji Validitas (Keabsahan).....	58
3.6.1.2	Uji Reliabilitas (Keterpercayaan).....	58

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Axis.....	60
4.1.1	Sejarah Perusahaan Axis.....	60

4.2	Hasil kuesioner.....	61
4.2.1	Identitas Responden.....	62
4.2.2	frekuensi Terpaan.....	63
4.2.3	Respon Kognitif (Presentation/Presentasi) Pada Iklan AXIS versi “Joni Blak-Blakkan”.....	66
4.2.4	Respon Kognitif (Attention/Perhatian) Pada Iklan AXIS versi “Joni Blak-Blakkan”.....	70
4.2.5	Respon Kognitif (Comprehension/Pemahaman) Pada Iklan AXIS versi “Joni Blak-Blakkan”.....	75
4.2.6	Respon Afektif (Yielding/Penilaian) Pada Iklan AXIS versi “Joni Blak-Blakkan”	83
4.3	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Respon Protokol RCTI pada iklan TVC Provider Axis versi “Joni blak-bakkan.....	82
4.3.1	Uji Validitas.....	88
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	90
4.4	Pembahasan.....	93

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

BAGAN – BAGAN

Bagan 2.1	Proses Kognitif Khalayak yang terlibat dalam interpretasi.....	20
Bagan 2.2	Gambaran teori yang digunakan pada penelitian respon.....	23

TABEL-TABEL

Table 3.1	Operasional Konsep.....	40
Tabel 3.2	Tabel Bobot Skala Likert.....	49
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Kelompok Umur / Usia.....	54
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Berapa kali anda menonton televisi dalam satu minggu terakhir?.....	55
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Berapa kali anda menonton tayangan iklan provider Axis “versi joni blak-blakkan” di televisi dalam satu minggu terakhir?.....	56
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Berapa lama durasi anda menonton iklan Axis “versi joni blak-blakkan” di televisi ?.....	56
Tabel 4.6	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Bagaimana anda menonton iklan Axis “versi joni blak-blakkan” di televisi ?.....	57

Tabel 4.7	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda melihat jelas visualisasi/tampilan iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	58
Tabel 4.8	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda melihat jelas urutan adegan joni ditangkap dan diadili warga pada iklan Axis?.....	59
Tabel 4.9	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan MengenaiApakah anda melihat jelas adanya model iklan pada iklan Axis versi “Joni blak- blakkan” di televisi?.....	59
Tabel 4.10	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda mendengarkan dengan jelas iringan musik instrumental yang terdapat pada jingle iklan Axis versi“Joni blak-blakkan” di televisi...	60
Tabel 4.11	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan MengenaiApakah anda melihat jelas slogan “GSM yang baik” pada iklan Axis versi“Joni blak- blakkan” di televisi?.....	61
Tabel 4.12	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan MengenaiApakah anda melihat jelas logo Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	61
Tabel 4.13	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memperhatikan visualisasi/tampilan iklan Axis versi “Joni blak- blakkan” di televisi?.....	62
Tabel 4.14	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memperhatikan alur cerita yang terdapat pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	63

Tabel 4.15	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memperhatikan isi pesan yang terdapat pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	63
Tabel 4.16	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memperhatikan adanya model iklan pada iklan Axis versi “Joni blak- blakkan” di televisi?.....	64
Tabel 4.17	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memperhatikan iringan musik instrumental yang terdapat pada jingle iklan Axis versi“Joni blak-blakkan” di televisi?.....	65
Tabel 4.18	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memperhatikan slogan “GSM yang baik” pada iklan Axis versi“Joni blak-blakkan” di televisi?.....	65
Tabel 4.19	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memperhatikan logo yang terdapat pada iklan Axis versi“Joni blak-blakkan” di televisi?.....	66
Tabel 4.20	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Unsur iklan apa yang paling menjadi perhatian anda terhadap iklan Axis versi“Joni blak-blakkan” di televisi?.....	67
Tabel 4.21	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memahami visualisasi/tampilan iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	68

Tabel 4.22	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memahami adegan “seorang laki-laki yang diarak warga dalam keadaan tergantung” dalam iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	68
Tabel 4.23	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda Memahami adegan “Penangkapan dan diadilinya seorang laki-laki oleh warga kampung” dalam iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	69
Tabel 4.24	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda Memahami adegan “ seorang anak kecil yang membela seorang laki-laki yang sedang diadili” dalam iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	70
Tabel 4.25	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda Memahami adegan “warga yang menyesal dan meminta maaf kepada seorang laki-laki yang sedang diadili” dalam iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	71
Tabel 4.26	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memahami siapa saja model iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	72
Tabel 4.27	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda Memahami iringan musik instrumental yang terdapat pada jingle iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	72

Tabel 4.28	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memahami slogan “GSM yang baik” pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	73
Tabel 4.29	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memahami arti slogan Axis adalah “GSM yang baik” pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	74
Tabel 4.30	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Apakah anda memahami arti logo Axis pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	74
Tabel 4.31	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Unsur iklan apa yang paling anda pahami terhadap iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	75
Tabel 4.32	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Bagaimana penilaian anda terhadap latar belakang tampilan iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	76
Tabel 4.33	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Bagaimana penilaian anda terhadap alur cerita iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	76
Tabel 4.34	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Bagaimana penilaian anda terhadap akting endorser pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	77

Tabel 4.35	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Bagaimana penilaian anda terhadap jingle pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	78
Tabel 4.36	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Bagaimana penilaian anda terhadap slogan pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	78
Tabel 4.37	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Bagaimana penilaian anda terhadap isi pesan pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	79
Tabel 4.38	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Bagaimana penilaian anda terhadap logo pada iklan Axis versi “Joni blak-blakkan” di televisi?.....	80
Tabel 4.39	Hasil Pengujian Validitas.....	81
Tabel 4.40	Tabel Data Primer Yang Diolah.....	83
Tabel 4.41	Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4.42	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	84