



**RESPON SISWA/I SMA YADIKA 1 JAKARTA BARAT TERHADAP
UNSUR-UNSUR AUDIO VISUAL IKLAN TELEVISI IM3 VERSI
“Kamseupay”**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Visual and Art Communication**

Disusun oleh :

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
SUNARTI

44408010066

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Sunarti
NIM : 44408010066
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Visual and Art Communication
Judul : Respon Siswa/I SMA Yadika 1 Jakarta Barat Terhadap
Unsur-unsur Audio Visual Iklan Televisi IM3 Versi
"Kamseupay"

Jakarta, Oktober 2012

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing

(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M. Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Sunarti

NIM : 44408010066

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Communication

Judul : Respon Siswa/I SMA Yadika 1 Jakarta Barat Terhadap

Unsur-unsur Audio Visual Iklan Televisi IM3 Versi "Kamseupay"

Jakarta, Oktober 2012

Ketua Sidang

Tri Dyah Cahyowati, M.Si

()

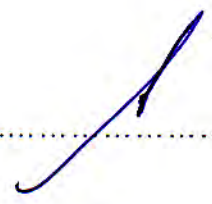
Penguji Ahli

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

()

Pembimbing

Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si

()



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Sunarti
NIM : 44408010066
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Visual and Art Communication
Judul : Respon Siswa/I SMA Yadika 1 Jakarta Barat Terhadap
Unsur-unsur Audio Visual Iklan Televisi IM3 Versi
"Kamseupay"

Jakarta, Oktober 2012

Disetujui dan Diterima oleh,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang selalu memberi nikmat sehat dan rizky-Nya sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul Respon Siswa/I SMA Yadika Jakarta Barat Terhadap Audio Visual Iklan Televisi IM3 Versi “Kamseupay”. Skripsi ini dibuat oleh penulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Satu (S-1) Program Studi Visual and Art Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dikarenakan masih terbatasnya waktu, pengetahuan dan pengalaman penulis. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, sulit rasanya bagi penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, memberikan dorongan moril maupun materil hingga terselesainya proses penyusunan skripsi ini.

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Bpk. Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, sekaligus dosen pembimbingku, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

2. Ibu. Dra. Tri Dyah Cahyowati, M.Si selaku ketua bidang studi Marcomm & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi sekaligus ketua sidang skripsi penulis.
3. Ibu.Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku dekan fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu. SM. Niken Restaty. S.Sos, M.Si selaku penguji ahli yang memberikan saran dan perbaikan skripsi.
5. Dosen-dosen Fikom UMB yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu kepada penulis sehingga penulis menjadi lebih paham akan bidang Visual and Art Communication.
6. Staf Tata Usaha dan seluruh staf perpustakaan Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu memberikan bahan-bahan yang dibutuhkan penulis untuk perkuliahan dan penyusunan skripsi.
7. Keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan semangat dan dorongan pada penulis, yaitu orang tua : Bapak H. Harno dan Ibu Hj. Sadiyah, Mas Kanto dan Dede Arkhan tersayang, Kakakku Sri lestari dan Harwanto. Terima kasih atas doa, perhatian, dan juga kasih sayang yang selalu diberikan untuk penulis.
8. Bpk. Drs. Manangap Sitorus selaku Kepala sekolah SMA Yadika 1 Jakarta Barat yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian disekolah SMA Yadika 1 Jakarta Barat.

9. Seluruh siswa/I SMA Yadika 1 Jakarta Barat yang telah bersedia membantu menjadi responden untuk mengisi kuisioner, terima kasih banyak.
10. Sahabat-sahabat Visual and Art Communication angkatan 2008 : Mayang yang selalu menemaniku bimbingan, Exsapo dan Indri yang selalu memberi motivasi, Wahyuni dan Woro yang sudah membantu penulis dalam penghitungan (Thank's ya).
11. Semua pihak yang turut membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulisan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun bilamana ada kekurangan didalam 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-mahasiswi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

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

Jakarta, Oktober 2012

Sunarti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAKSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pengertian Komunikasi Visual.....	5
2.2 Pengertian Audio Visual	7
2.2.1 Jenis-jenis Audio Visual.....	7
2.2.1.1 Film.....	7
2.2.1.2 Film Dokumenter	8
2.2.1.3 Video Klip.....	8
2.2.1.4 Iklan Televisi	9
2.3 Konsep Audio Visual	9
2.4 Teori Stimulus-Organisme-Response (SOR).....	11
2.5 Proses Respon	13

2.5.1	Respon Kognitif (pengetahuan)	14
2.5.2.	Respon Afektif (Perasaan/Sikap)	17
2.6	Televisi Sebagai Media Periklanan	19
2.7	Target Audience (khalayak sasaran)	27
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1	Sifat Penelitian	29
3.2	Metode Penelitian.....	30
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel	31
3.4	Definisi Konsep	33
3.5	Operasionalisasi Konsep	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.1	Data Primer.....	45
3.6.2	Data Sekunder	45
3.7	Teknik Analisis Data.....	46
3.8	Validitas dan Reliabilitas	49
3.8.1	Validitas	49
3.8.2	Reabilitas	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN	52
4.1	Gambaran Tentang Iklan IM3 Versi “Kamseupay”	52
4.2	Hasil Kuisisioner Respon Siswa/I SMA Yadika 1 Jakarta Barat Terhadap Iklan Televisi IM3 Versi “Kamseupay”	53
4.2.1	Identitas Responden.....	53
4.2.2	Terpaan Media.....	55

4.2.3	Respon Kognitif (Presentation/Presentasi) Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	58
4.2.4	Respon Kognitif (Attention/Perhatian) Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	71
4.2.5	Respon Kognitif (Comprehension/Pemahaman) Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	82
4.2.6	Respon Afektif (Yielding/Penilaian) Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	94
4.3	Hasil Analisa Validitas dan Reabilitas	106
4.3.1	Hasil Analisis Validitas	106
4.3.2	Hasil Analisis Reabilitas.....	110
4.4	Pembahasan	113
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1	Kesimpulan	119
5.2	Saran	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

BAGAN-BAGAN

Bagan 2.1	Proses Kognitif Khalayak yang terlibat dalam Interpretasi.....	16
Bagan 2.2	Gambaran teori yang digunakan pada penelitian respon.....	18

TABEL-TABEL

Tabel 2.1	Tabel Elemen Multimedia.....	10
Tabel 3.5	Operasionalisasi Konsep.....	36
Tabel 3.7	Tabel Bobot Skala Likert.....	48
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 Jurusan (bidang studi).....	55
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Mengetahui Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	56
Tabel 4.5	Frekuensi melihat iklan televisi.....	57
Tabel 4.6	Durasi melihat iklan televisi.....	57
Tabel 4.7	Intensitas melihat iklan televisi.....	58
Tabel 4.8	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Alur Cerita Dinda di Panggil “Kamseupay” Karena Gaya Busananya Yang Kampungan Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	59
Tabel 4.9	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Adegan Dinda Saat di Sekolah Lalu di Panggil “Kamseupay” Oleh Anak-anak Cheerleaders Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	60
Tabel 4.10	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Latihan Karate Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	61
Tabel 4.11	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Urutan Adegan Saat Sedang Membayar di Kasir Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	62

Tabel 4.12	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Menonton Konser Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	63
Tabel 4.13	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Model Iklan Dinda Kirana Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	64
Tabel 4.14	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Model Iklan Lawan Main Karate Dinda dan Pelatih Karate Dinda Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	65
Tabel 4.15	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Pegawai Kasir Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	66
Tabel 4.16	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Orang-orang Dalam Konser Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	67
Tabel 4.17	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Mendengar Dengan Jelas Iringan Musik/Backsound Instrumental Rock Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	68
Tabel 4.18	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Slogan “IM3 seru anti galau” Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	69
Tabel 4.19	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Melihat Dengan Jelas Logo IM3 Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	70
Tabel 4.20	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Alur Cerita Dinda di Panggil “Kamseupay” Karena Gaya Busananya Yang Kampungan Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	71
Tabel 4.21	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Urutan Adegan Dinda Saat di Sekolah Lalu di Panggil “Kamseupay” Oleh Anak-anak Cheerleaders Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	72
Tabel 4.22	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Latihan Karate Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	73
Tabel 4.23	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Membayar di Kasir Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	74

Tabel 4.24	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Menonton Konser Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	75
Tabel 4.25	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Model Iklan Dinda Kirana Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	76
Tabel 4.26	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Model Iklan Lawan Main Karate Dinda dan Pelatih Karate Dinda Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	77
Tabel 4.27	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Model Iklan Pegawai Kasir Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	78
Tabel 4.28	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Model Iklan Orang-orang Dalam Konser Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	79
Tabel 4.29	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Iringan Musik/Backsound Instrumental Rock Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	80
Tabel 4.30	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Slogan “IM3 Seru Anti Galau” Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	81
Tabel 4.31	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memperhatikan Logo IM3 Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	82
Tabel 4.32	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Alur Cerita Dinda di Panggil “Kamseupay” Karena Gaya Busananya Yang Kampungan Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	83
Tabel 4.33	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Urutan Adegan Saat Dinda di Sekolah Lalu di Panggil “Kamseupay” Oleh Anak-anak Cheerleaders Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	84
Tabel 4.34	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Latihan Karate Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	85
Tabel 4.35	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Membayar di Kasir Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	86

Tabel 4.36	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Menonton Konser Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	87
Tabel 4.37	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Model Iklan Dinda Kirana Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	88
Tabel 4.38	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Model Iklan Lawan Main Karate Dinda dan Pelatih Karate Dinda Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	89
Tabel 4.39	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Model Iklan Pegawai Kasir Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	90
Tabel 4.40	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Model Iklan Orang-orang Dalam Konser Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	91
Tabel 4.41	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Iringan Musik/Backsound Instrumental Rock Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	92
Tabel 4.42	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Slogan “IM3 Seru Anti Galau” Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	93
Tabel 4.43	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Memahami Logo IM3 Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	94
Tabel 4.44	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Alur Cerita Dinda di Panggil “Kamseupay” Karena Gaya Busananya Yang Kampungan Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	95
Tabel 4.45	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Urutan Adegan Saat Dinda di Sekolah Lalu di Panggil “Kamseupay” Oleh Anak-anak Cheerleaders Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	96
Tabel 4.46	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Latihan Karate Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	97
Tabel 4.47	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Membayar di Kasir Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	98

Tabel 4.48	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Urutan Adegan Dinda Saat Sedang Menonton Konser Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	99
Tabel 4.49	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Model Iklan Dinda Kirana Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	100
Tabel 4.50	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Model Iklan Lawan Main Karate Dinda dan Pelatih Karate Dinda Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	101
Tabel 4.51	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Model Iklan Pegawai Kasir Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	102
Tabel 4.52	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Model Iklan Orang-orang Dalam Konser Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	103
Tabel 4.53	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Iringan Musik/Backsound Instrumental Rock Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	104
Tabel 4.54	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Slogan “IM3 Seru Anti Galau” Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	105
Tabel 4.55	Data Responden Berdasarkan Pertanyaan Mengenai Saya Menilai Logo IM3 Pada Iklan IM3 Versi “Kamseupay”.....	106
Tabel 4.56	Hasil Pengujian Validitas.....	108
Tabel 4.57	Reliabilitas Variabel Dependen, Kognitif (Presentation, Attention, Comprehension), Afektif (Yielding), dan Behaviour (Retention).....	110
Tabel 4.58	Item-Total Statistics Reliabilitas Variabel Dependen, Kognitif (Presentation, Attention, Comprehension) dan Afektif (Yielding).....	111