



**PEMAKNAAN PESAN PADA
IKLAN TELEVISI INDOMILK VERSI
“SKATE BOARD (SUSU CAIR KEMASAN BOTOL)”**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

RAKUSUMO WISAKSONO
04303-108

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PEMAKNAAN PESAN PADA IKLAN TELEVISI
INDOMILK VERSI “SKATEBOARD (SUSU CAIR
KEMASAN BOTOL)”

Nama : Rakusumo Wisaksono

NIM : 04303-108

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 24 Juli 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Nurprapti W. Widyastuti., M.Si)

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : PEMAKNAN PESAN PADA IKLAN TELEVISI
INDOMILK VERSI "SKATEBOARD (SUSU CAIR
KEMASAN BOTOL)"

Nama : Rakusumo Wisaksono

NIM : 04303-108

Fakultas : Ilmu Komunikasi

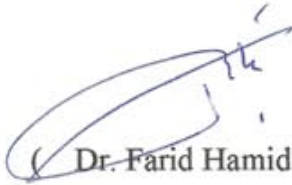
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 31 Juli 2010

1. Ketua Sidang

Nama: ( Dra. Tri Diah Cahyowati., M.Si)

2. Penguji Ahli

Nama: ( Dr. Farid Hamid., M.Si)

3. Pembimbing

Nama: ( Dra. Nurprapti W. Widyastuti., M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

Judul : PEMAKNAAN PESAN PADA IKLAN TELEVISI
INDOMILK VERSI “SKATEBOARD (SUSU CAIR
KEMASAN BOTOL)”

Nama : Rakusumo Wisaksono

NIM : 04303-108

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Agustus 2010

Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing



(Dra. Nurprapti W. Widyastuti., M.Si)

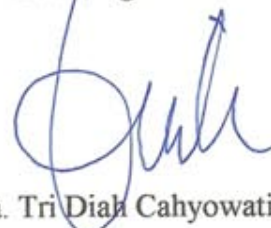
Mengetahui,

Dekan Fikom



(Dra. Diah Wardhani., M.Si)

Ketua Program Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati., M.Si)

Kata Pengantar

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-NYA, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Program Studi Advertising & Marketing Communication pada Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu Nurprapti Wahyu Widyastuti., M.si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan pengarahan, petunjuk serta bimbingan yang sangat berharga hingga selesainya penelitian skripsi ini.
2. Orangtuaku tercinta, yang telah mendidik, membimbing, serta mendo'akan dengan rasa kasing saying yang tulus. Juga kedua adikku tercinta, serta tak lupa saudara-saudara yang juga turut memotivasi.
3. Istriku Elistia dan Anakku Raissa Adiningrum tercinta yang selalu membuatku semangat dalam berkarya.
4. Ibu Dra, Diah Wardani., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

5. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko., M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati., M.Si, selaku Kepala Program Studi Marketing Communication and Advertising dan juga sebagai Ketua Sidang Skripsi.
7. Bapak Dr. Farid Hamid,. S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji Ahli pada sidang skripsi.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi.
9. Seluruh Rekan-Rekan Tata Usaha dan Laboratorium Fakultas Ilmu Komunikasi.
10. Seluruh Pihak Universitas Mercu Buana; Bagian Administrasi Keuangan, Bagian Administrasi Akademis, Perpustakaan, Bank BNI, dsb yang telah membimbing dan membantu saya selama ini.
11. Pihak Indomilk dan Dipra Communication yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Sahabat-sahabatku Mas Heri Ahmad, Mas Kubrowo, Bang Viktor dan yang lainnya di Kelas Khusus Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tetap gigih dalam menyelesaikan studinya.
13. Pimpinan serta rekan-rekan di Sekretariat Negara R.I dan Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno yang selalu memberikan pengertian dan kesempatan dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu kritikan serta saran yang membangun dari semua pihak akan sangat diperlukan dalam memperbaiki segala kekurangan tersebut.

Akhir kata, peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi kepada Bangsa Indonesia, Universitas Mercu Buana dan menambah pengetahuan bagi peneliti pada khususnya juga para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juli 2010

Peneliti

Rakusumo Wisaksono

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TIJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Komunikasi Periklanan	9
2.2. Komunikasi Massa	11
2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa	12
2.2.2. Karakteristik Komunikasi Massa	14
2.2.3. Fungsi Komunikasi Massa	17
2.3. Televisi Sebagai Media Massa	20
2.3.1. Pengertian Televisi sebagai Media Massa	20
2.3.2. Karakteristik Televisi sebagai Media Massa	22
2.3.3. Fungsi Televisi sebagai Media Massa	25

2.4. Iklan di Media Televisi	25
2.5. Pesan	33
2.5.1. Simbol dan Kode	33
2.5.1.1. Kode Verbal	34
2.5.1.2. Kode Non Verbal	37
2.5.2. Teknik Pengolahan Pesan	38
2.6. Makna	40
2.7. Citra	41
2.8. Semiotika	41
2.8.1. Aplikasi Semiotika Periklanan	46
2.8.2. Semiotika Periklanan	48
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 49
3.1. Tipe Penelitian	49
3.2. Metode Penelitian	51
3.3. Teknik Pengumpulan Data	51
3.4. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	52
3.5. Unit Analisis	53
3.6. Teknik Analisis Data	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 57
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.1.1. Gambaran Tentang PT Australia Indonesia Milk Industries	57
4.1.2. Gambaran Tentang Produk Susu Indomilk Cair Kemasan Botol	57
4.1.3. Gambaran Tentang Dipra Communication Sebagai Biro Iklan	58

4.2. Hasil Penelitian	63
4.2.1. Analisis Iklan Televisi Susu Botol Indomilk Versi Skateboard	63
4.2.2. Pemaknaan Iklan Televisi Susu Botol Indomilk Versi Skateboard	71
4.3. Pembahasan	74
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran	79
 DAFTAR PUSTAKA	81
 LAMPIRAN	83
 CURICULUM VITAE	84