



**INTERPRETASI KHALAYAK PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BERHENTI MEROKOK**

**(Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Tayangan Iklan Layanan Masyarakat
Berhenti Merokok Versi “Suara Hati Anak” Kementerian Kesehatan RI)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

ASTRI YOWANDA DEWI LESTARI

44312120060

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT BERHENTI MEROKOK
(Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Tayangan Iklan
Layanan Masyarakat Berhenti Merokok Versi “Suara
Hati Anak” Kementerian Kesehatan RI)**

Nama : Astri Yowanda Dewi Lestari

NIM : 44312120060

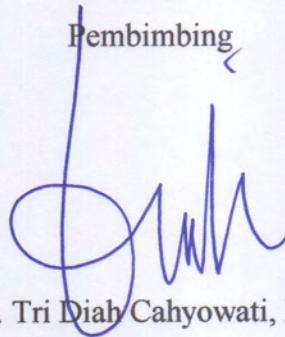
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2017

Mengetahui,
Pembimbing



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT BERHENTI MEROKOK
(Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Tayangan Iklan
Layanan Masyarakat Berhenti Merokok Versi “Suara
Hati Anak” Kementerian Kesehatan RI)**

Nama : Astri Yowanda Dewi Lestari

NIM : 44312120060

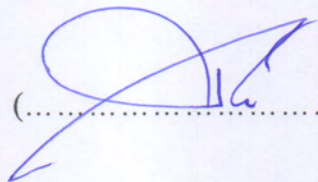
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

MERCU BUANA

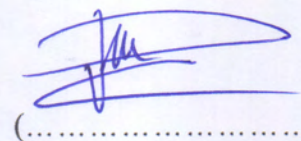
Jakarta, Februari 2017

Ketua Sidang,
Dr. Farid Hamid, M.Si.



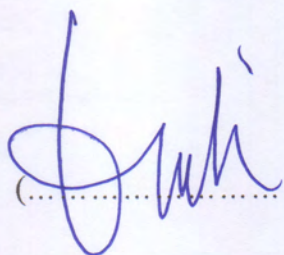
(.....)

Penguji Ahli,
Razie Razak, M.Ikom



(.....)

Pembimbing I
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BERHENTI MEROKOK (Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Tayangan Iklan Layanan Masyarakat Berhenti Merokok Versi “Suara Hati Anak” Kementerian Kesehatan RI)**

Nama : Astri Yowanda Dewi Lestari

NIM : 44312120060

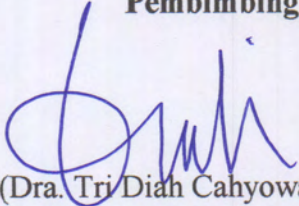
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, Februari 2017

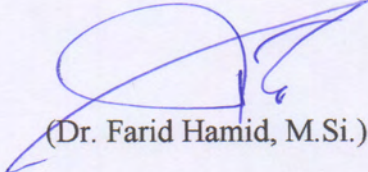
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



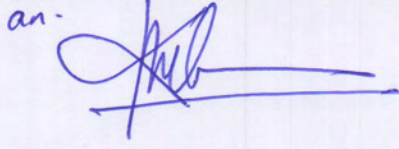
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Periklanan

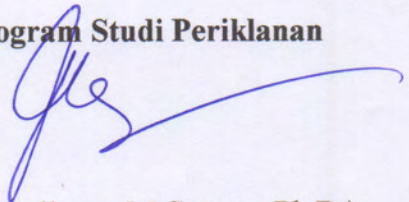


(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

an-

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Program Studi Periklanan



(Ponco Budi Sulisty, M.Comm., Ph.D.)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Papa, Mama, Kakak dan Adik-adik yang telah memberikan banyak bantuan serta dukungan bermanfaat dalam bentuk dukungan moril dan materil selama saya hidup hingga saat ini;
3. Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Bidang Studi Periklanan yang telah memberikan ilmu dan motivasi bagi para mahasiswa;
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercubuana Jakarta atas segala ilmu yang telah diberikan selama ini;
5. Teman – teman Marcomm, terima kasih untuk semua kenangan bahagia dan berharganya selama empat tahun ini;

6. Para narasumber, terima kasih atas kerja samanya selama ini dalam pengerjaan skripsi ini;
7. Seluruh kerabat dan pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas semua penghiburan dan bantuan selama mengerjakan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Berkah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta doanya untuk saya. Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dikatakan sempurna. Oleh karena itu, adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun akan saya terima dengan senang hati. Akhir kata, saya mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi yang membacanya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Januari 2017

(Astri Yowanda Dewi Lestari)

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Abstrak	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Iklan	13
2.2.1. Fungsi Iklan	15
2.2.2. Daya Tarik Iklan	18
2.2.3. Iklan Televisi	21
2.2.3.1. Elemen Dalam Iklan Televisi	23
2.3. Iklan Layanan Masyarakat	25
2.4. Iklan Sebagai Komunikasi Persuasif	26
2.5. Bahaya Merokok	29
2.5.1. Kandungan Rokok	29
2.5.2. Batasan Perokok	30
2.5.3. Jenis Perokok	30
2.5.4. Dampak Merokok Terhadap Berbagai Aspek	31
2.6. Konstruksi Realita Sosial Dalam Media Massa	37
2.7. Teori Resepsi (<i>Reception Theory</i>)	42
2.7.1. Teori Resepsi Model <i>Encoding – Decoding</i>	44
2.8. Khalayak Aktif	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	55
3.2. Metode Penelitian	57
3.3. Subjek Penelitian	59

3.4. Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1. Data Primer	62
3.4.2. Data Sekunder	63
3.5. Teknik Analisis Data	64
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1.1. Scene Iklan Layanan Masyarakat Berhenti Merokok Versi “Suara Hati Anak”	72
4.2. Hasil Penelitian	76
4.2.1. Identitas Informan	77
4.2.2. Pemahaman Khalayak Terhadap Bahaya Merokok	78
4.2.3. Pemaknaan Iklan Layanan Masyarakat “Suara Hati Anak”	79
4.2.4. Interpretasi Khalayak pada Tema & Pesan dalam Iklan Layanan Masyarakat “Suara Hati Anak”	83
4.2.5. Sifat Persuasif & Target Audiens Iklan Layanan Masyarakat “Suara Hati Anak”	86
4.3. Pembahasan	89
4.3.1. <i>Dominant Hegemonik</i>	92
4.3.2. <i>Negotiated</i>	92
4.3.3. <i>Opposition</i>	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran	
5.2.1. Saran Akademisi	96
5.2.2. Saran Praktisi	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURICULUM VITAE

DAFTAR GAMBAR

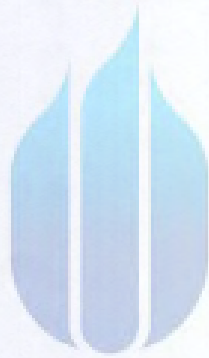
Gambar 4.1. Diagram Kategori Pemaknaan	91
--	----



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Scene Iklan Layanan Masyarakat Berhenti Merokok Versi “Suara Hati Anak”	72
Tabel 4.2. Identitas Informan	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA