



**INTERPRETASI KHALAYAK PADA TVC GARUDA INDONESIA**  
(Analisis Resepsi Pada Isi Tayangan TVC Garuda Indonesia Versi “Hands”

Durasi 60 Detik)



SKRIPSI

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disusun oleh :

**Augie Ichsan Al-Adha**

44312110028

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**JAKARTA**  
**2017**

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA TVC GARUDA  
INDONESIA (Analisis Resepsi Pada Isi Tayangan TVC  
Garuda Indonesia Versi “Hands” Durasi 60 Detik)**

Nama : Augie Ichsan Al Adha

NIM : 44312110028

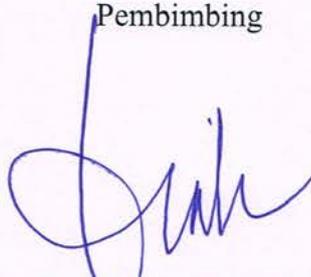
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 14 Maret 2017

Mengetahui,

Pembimbing



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

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA TVC GARUDA  
INDONESIA (Analisis Resepsi Pada Isi Tayangan TVC  
Garuda Indonesia Versi “Hands” Durasi 60 Detik)**

Nama : Augie Ichsan Al Adha

NIM : 44312110028

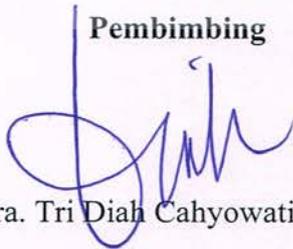
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 14 Maret 2017

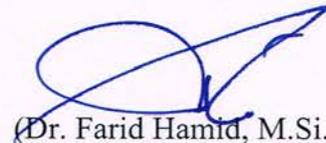
Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**



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

**Ketua Bidang Studi Periklanan**



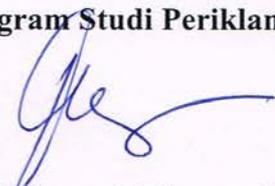
(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

**Ketua Program Studi Periklanan**



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

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA TVC GARUDA  
INDONESIA (Analisis Resepsi Pada Isi Tayangan TVC  
Garuda Indonesia Versi “Hands” Durasi 60 Detik)**

Nama : Augie Ichsan Al Adha

NIM : 44312110028

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Maret 2017

Ketua Sidang,  
Riswandi., M.Si.



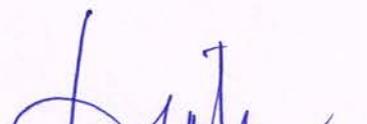
(.....)

Penguji Ahli,  
Dr. Ahmad Mulyana., M.Si.



(.....)

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



(.....)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas keharidat Allah SWT karena berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Tujuan dibuatnya skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan kelulusan dalam menyelesaikan Program Studi S-1 Komunikasi Pemasaran dan Periklanan Universitas Mercu Buana untuk memperoleh gelar sarjana dalam bidang komunikasi.

Dalam proses pembuatannya, penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu mendukung, mendampingi serta mengingatkan dan berbagi ilmu dengan penulis.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku ketua bidang Studi *Marcomm & Advertising* yang telah memberikan ilmu dan motivasi bagi para mahasiswa.
3. Dr. Agustina Zubair., M.Si, Selaku *Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi*.
4. Papa, Mama, Bapak, Ibu, serta keluargaku yang tercinta yang telah memberikan banyak dukungan bermanfaat dalam bentuk limpahan nasihat moril dan materil selama penulis hidup hingga saat ini.
5. Atika Ludya S.Sn , Istri tercinta yang selalu mendukung dan mendampingi penulis di setiap waktu dalam proses dari awal hingga akhir.

6. Teman – teman *Marcomm 21 & seluruh angkatan*, terima kasih atas bantuan dukungan serta kenangan bahagia dan berharga selama 5 tahun ini, tidak akan penulis lupakan.
7. Seluruh dosen dan staff Program Studi Marcomm & Advertising Universitas Mercu Buana Jakarta atas segala ilmu yang telah diberikan selama ini.
8. Para narasumber, terima kasih atas kerjasamanya selama ini dalam pengerjaan skripsi.
9. Seluruh kerabat dan pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas semua penghiburan dan bantuan selama penulis mengerjakan skripsi.

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Berkah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta doanya untuk peneliti. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dikatakan sempurna. Oleh karena itu, adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, dan segenap mahasiswa/I Universitas Mercu Buana lainnya.

Akhir kata, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi yang membacanya.

Jakarta, 14 Januari 2017

Augie Ichsan Al Adha

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI		ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI		iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI		iv
KATA PENGANTAR		v
DAFTAR ISI		vii
ABSTRAK		x
BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar Belakang Penelitian	1
	1.2 Fokus Penelitian	10
	1.3 Tujuan Penelitian	10
	1.4 Manfaat Penelitian	11
	1.4.1 Manfaat Akademis	11
	1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
	2.1 Penelitian Terdahulu	12
	2.2 Periklanan	16
	2.3 Pengertian Iklan	17
	2.3.1 Fungsi Iklan	18
	2.3.2 Tujuan Iklan	20
	2.4 Menentukan Daya Tarik Iklan	21
	2.5 Iklan Televisi	24
	2.6 Komunikasi Massa	25
	2.6.1 Media Massa	26
	2.7 Konsep Dasar Realitas Budaya	27
	2.7.1 Budaya	28
	2.7.2 Ramah Tamah	32

2.8	Iklan dan Konstruksi Realitas	35
2.9	Khalayak Aktif	40
2.10	Analisis Resepsi	43
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1	Paradigma Penelitian	53
3.2	Tipe Penelitian	54
3.3	Metode Penelitian	55
3.4	Subyek Penelitian	57
3.5	Teknik Pengumpulan Data	59
	3.5.1 Data Primer	59
	3.5.2 Data Sekunder	61
3.6	Teknik Analisis Data	61
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	64
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
	4.1.1 Target Market Garuda Indonesia	72
4.2	Hasil Penelitian	77
	4.2.1 Identitas Informan	82
	4.2.2 Pemaknaan Iklan Secara Umum	86
	4.2.3 Pemahaman Budaya & Ramah Tamah	89
	a. Pendapat Informan Tentang Kebudayaan	90
	b. Pendapat Informan Konsep Ramahtamah	92
	4.2.4 Interpretasi Khalayak Pada Unsur Iklan	94
	4.2.5 Interpretasi Pada Pesan & Tema Iklan	96
	4.2.6 Sifat Persuasif & Target Audiens Iklan	99
4.3	Pembahasan	101
	4.3.1 Analisis Dominan Hegemonik	105
	4.3.2 Analisis Oposisi	106
	4.3.3 Analisis Negosiasi	107

<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan	108
5.2	Saran	110
5.2.1	Saran Akademisi	110
5.2.2	Saran Praktisi	110
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>112</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>		
Gambar 4.1.a	Halaman Youtube Garuda Indonesia	71
Gambar 4.1.b	Komentar Khalayak Dalam Situs Youtube	71
<b>DAFTAR TABEL</b>		
Tabel 4.1	Storyboard Iklan Garuda Indonesia Versi Hands	73
Tabel 4.2	Identitas Informan	83
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>		
	Lampiran Pedoman Wawancara	
<b>RESUME / CURICULLUM VITAE</b>		