



INTERPRETASI KHALAYAK PADA TVC ALLIANZ LIFE INDONESIA

(Analisis Resepsi Pada Isi Tayangan TVC Allianz Life Indonesia Versi “tukang martabak” Durasi 30 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 :

Radityo Prasetya Adha

44311120005

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



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA TVC ALLIANZ LIFE INDONESIA (Analisis Resepsi Pada Isi Tayangan TVC Allianz Life Indonesia Versi "tukang martabak" Durasi 30 Detik)**

Nama : Radityo Prasetya Adha

NIM : 44311120005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 18 November 2017

MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing

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



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA TVC ALLIANZ LIFE INDONESIA (Analisis Resepsi Pada Isi Tayangan TVC Allianz Life Indonesia Versi “tukang martabak” Durasi 30 Detik)**

Nama : Radityo Prasetya Adha

NIM : 44311120005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 29 November 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
Periklanan**

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Program Studi

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



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK PADA TVC ALLIANZ LIFE INDONESIA (Analisis Resepsi Pada Isi Tayangan TVC Allianz Life Indonesia Versi “tukang martabak” Durasi 30 Detik)**

Nama : Radityo Prasetya Adha

NIM : 44311120005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 November 2017

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

(.....)

Penguji Ahli,
Razie Razak., M.Ikom

(.....)

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. Alm Papa tercinta, Ibu ku Hj. Rachma Ratu Dewangga S.Sos yang tidak pernah lelah memberikan doa, serta kakak perempuanku Angky Anggia Ayu, SH yang tercinta yang telah memberikan banyak dukungan bermanfaat dalam bentuk limpahan nasihat moril dan materil selama penulis hidup hingga saat ini.
5. Corina Nadina yang selalu mendukung dan mendampingi penulis di setiap waktu dalam proses dari awal hingga akhir.

6. Teman – teman *Marcomm 20, 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, 01 Oktober 2017

Radityo Prasetya Adha

DAFTAR ISI

HalamanJudul.....	i
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Abstrak.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis / Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Iklan.....	21
2.2.1 Fungsi Iklan.....	23
2.2.1 Daya Tarik Iklan.....	25
2.2.2 Tujuan Iklan.....	27
2.3 Iklan Televisi.....	28
2.3.1 Elemen Dalam Iklan Televisi.....	30
2.4 Iklan Sebagai Komunikasi Persuasif.....	31
2.5 Khalayak Aktif.....	32
2.6 Teori Resepsi.....	35
2.7 Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.....	42

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Tipe Penelitian.....	46
3.3 Metode Penelitian.....	46
3.4 Subjek Penelitian.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1 Data Primer.....	50
3.5.2 Data Sekunder.....	51
3.6 Teknik Analisi Data.....	52
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
1.4.3 Target Market Allianz Life Indonesia.....	60
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Identitas Informan.....	65
4.2.2 Pemahaman Informan Terhadap Produk Asuransi.....	67
4.2.3 Apakah Para Informan Memiliki Produk Asuransi Kesehatan Atau Akan Mengikuti Program Asuransi Kesehatan.....	69
4.2.4 Pemaknaan Iklan Allianz Versi “Tukang Martabak”.....	71
4.2.5 Pendapat Informan Mengenai Unsur UMKM didalam tayangan Iklan Allianz versi Tukang Martabak.....	73
4.2.6 Interpretasi Khalyak Pada Tema dan Pesan Dalam TVC Allianz Life Indonesia Versi “Tukang Martabak”.....	74
4.2.7 Sifat Persuasif dan Target Audiens Iklan Allianz Versi Tukang Martabak.....	77
4.3 Pembahasan.....	79
4.3.3 Analisis Dominant Hegemonic.....	82
4.3.4 Analisis Negosiasi.....	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
5.2.1 Saran akademisi.....	87
5.2.2 Saran Praktisi.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURICULUM VITAE



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Halaman Website Allianz.co.id Asuransi Group	59
Gambar 4.2. Diagram Kategori Pemaknaan	82



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Scene Iklan Allianz – Tukang Martabak	60
Tabel 4.2 Identitas Informan	66

