



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KONSTRUKSI RIVALITAS ANTAR SUPORTER

SEPAK BOLA DALAM IKLAN TVC EXTRA JOSS

(Analisis Framing Iklan TVC Extra Joss Versi Qurban 1 Milyar)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication dan Advertising

MERCU BUANA

Disusun oleh:

ANGGI SAPUTRA

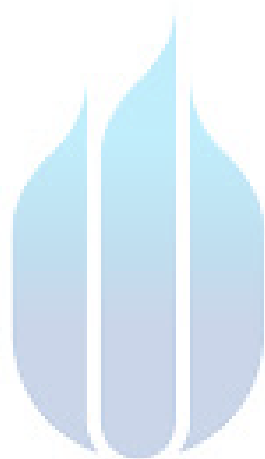
44309110065

FAKULTAS ILMU KOUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : KONSTRUKSI RIVALITAS ANTAR SUPORTER
SEPAK BOLA DALAM IKLAN TVC EXTRA JOSS
(Analisis Framing Iklan TVC Extra Joss Versi Qurban 1
Milyar)

Nama : Anggi Saputra
NIM : 44309110065
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 14 Januari 2015

Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana M.Si

Penguji Ahli,

Afdal Makkuraga Putra, M.Si

Pembimbing,


Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si



(.....)



(.....)



(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : KONSTRUKSI RIVALITAS ANTAR SUPORTER
SEPAK BOLA DALAM IKLAN TVC EXTRA JOSS
(Analisis Framing Iklan TVC Extra Joss Versi Qurban 1
Milyar)

Nama : Anggi Saputra

NIM : 44309110065

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 14 Januari 2015

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Macomm & Adv

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.si)

	SURAT PERJANJIAN REVISI SKRIPSI DAN PENYERAHAN ARTIKEL E-JURNAL FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI		
	No. Dokumen : 040. Tgl. Efektif : 7 MARET 2005	Distribusi	

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggi Saputra
 NIM : 44309110065
 Bidang Studi : Advertising & Marcomm
 Alamat Rumah : **Jl. Nenas D 100 223 Perumnas I kata Tangerang**
 No. Telp : 087788348785

Berjanji akan menyelesaikan perbaikan skripsi dan menyerahkan artikel e-jurnal dalam bentuk soft copy selambat-lambatnya 2 minggu yaitu tanggal **18 Januari**.....Jika sampai dengan tanggal tersebut saya belum menyerahkan perbaikan skripsi yang telah disyahkan oleh Pembimbing I, Pembimbing II, Penguji Ahli, dan ketua Sidang, maka saya bersedia dikenakan saksi * :

- Pembatalan kelulusan sidang dan bersedia untuk melakukan sidang ulang
 Drop out karena telah habis masa studi

Demikian surat perjanjian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Minggu, 4 Januari 2015

Mengetahui,
Ketua Bidang Studi

Yang menyatakan


(Dr. Yoyoh Hereyah .M. Si)
Nama dan tanda tangan


(Anggi Saputra)
Nama dan tandatangan

Catatan :

***) beri tanda (v) sesuai kondisi mahasiswa yang bersangkutan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah subhanallahu wa ta'ala, karena karunia dan anugerah-Nya yang senantiasa diberikan kepada seluruh makhluk-Nya di alam semesta raya ini. Shalawat serta salam semoga tercurah pada junjungan besar kita, Nabi Muhammad shalaulohu alaihi wassalam, keluarga dan para sahabatnya. Alhamdulillah, peneliti dapat menyelesaikan makalah penelitian yang berjudul **"Konstruksi Rivalitas antar Suporter Sepak Bola dalam Iklan Extra Joss (Analisis Framing Iklan TVC Extra Joss Versi Qurban 1 Milyar) "** sebagai salah satu syarat untuk menuju gelar S1 Program Studi Marketing Communication and Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan dan dorongan yang tulus dari berbagai pihak, karena itu dengan penuh rasa hormat, peneliti sampaikan terima kasih yang sebesar -besarnya kepada:

1. Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si, selaku dosen pembimbing sekaligus Kepala Program Bidang Studi Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana yang telah mengarahkan, membimbing, dan memberikan ilmu selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas ilmu komunikasi universitas Mercu Buana.
3. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku ketua sidang
4. Afdal Makkuraga Putra, M.Si selaku penguji ahli

5. Seluruh Dosen pengajar Fakultas ilmu Komunikasi, khususnya bidang Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Orang tua dan keluarga yang saya sayangi
7. Seluruh staf Tata Usaha dan Badan Administrasi Akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Rekan rekan Markom & Adv angkatan 2009 Universitas Mercu Buana yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian makalah ini peneliti ucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungannya. Peneliti sadar skripsi ini memiliki sejumlah kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun senantiasa peneliti harapkan untuk meningkatkan kualitas skripsi ini.

Jakarta, 22 Juni 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERJANJIAN REVISI SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Iklan	12
2.1.1 Elemen-elemen iklan	18
2.2 Realitas Sosial.....	20
2.3 Konstruksi Atas Realitas Sosial	23
2.4 Analisis Framing.....	27
2.4.1 Konsep framing.....	28
2.4.2 Efek framing	30

2.5 Model Gamson dan Mondigliani	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Tipe Penelitian	41
3.3 Metode Penelitian	42
3.4 Unit Analisis	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1 Data primer	44
3.5.2 Data sekunder.....	44
3.6 Teknik Analisa Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Sejarah singkat PT. Bintang Toedjoe.....	47
4.1.2 Visi, misi dan <i>core value</i>	48
4.1.3 Produk Bintang Toedjoe	49
4.1.4 Tentang Extra Joss	50
4.1.5 Iklan TVC Extrajoss versi qurban 1 milyar	56
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Gagasan sentral	58
4.2.2 Framing <i>device</i>	59
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Pencitraan dalam konstruksi realitas sosial iklan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88

5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Framing Atas Realitas	29
Tabel 2.2 Skema Gamson dan Modigliani	34
Tabel 2.3 Analisis Framing Gamson dan Mondigliani	35
Tabel 3.1 Media Agen Konstruksi	41
Tabel 3.2 Analisis Framing Gamson dan Mondigliani	45
Tabel 4.1 Iklan TVC Extra Joss Versi Qurban 1 Milyar	60
Tabel 4.2 Analisis Framing Gamson dan Modigliani TVC Extra Joss	65

