



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI IKLAN
PENGOBATAN ALTERNATIF "KI KUSUMO" VERSI
YIN YANG**

STUDI PENELITIAN UNTUK WARGA UTAN KAYU PADA BULAN OKTOBER 2014

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communication

Disusun Oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Zetta Zerlinda

44309120025

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014



UNIVERSITAS MERCUBUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI IKLAN
PENGOBATAN ALTERNATIF KI KUSUMO VERSI YIN
YANG

Nama : Zetta Zerlinda

NIM : 44309120025

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Desember 2014

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)



UNIVERSITAS MERCUBUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI IKLAN
PENGOBATAN ALTERNATIF KI KUSUMO VERSI YIN
YANG

Nama : Zetta Zerlinda

NIM : 44309120025

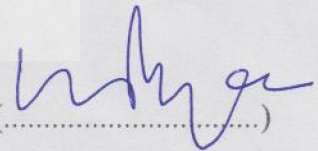
Program Studi : Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
Jakarta, 4 January 2015

MENGETAHUI
MERCUBUANA

1. Ketua Sidang

Nama : Drs. A Rahman., M.Si

()

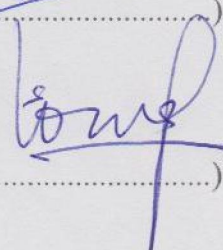
2. Penguji Ahli

Nama : Dadan Iskandar., M.Si

()

3. Pembimbing

Nama : Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si

()



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PERSEPSI KHALAYAK MENGENAI IKLAN
PENGobatan ALTERNATIF KI KUSUMO VERSI YIN
YANG
Nama : Zetta Zerlinda
NIM : 44309120025
Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, January 2015
Disetujui dan diterima oleh,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunisi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Berkat do'a dan restu dari keluarga, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Persepsi Khalayak Mengenai Iklan Ki Kusumo versi Yin Yang" studi penelitian untuk warga Utan Kayu Jakarta Timur pada bulan Oktober 2014. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan dari Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta Selatan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai kesulitan. Namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si., selaku Ketua Bidang Marcom & Advertising sekaligus pembimbing yang dengan sangat sabar membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak A Rachman., M.Si., selaku ketua sidang skripsi.
3. Bapak Dadan Iskandar., Msi., selaku penguji ahli dalam sidang skripsi.
4. Bapak Sam selaku staff Tata Usaha yang dengan sabar membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff karyawan di Universitas Mercu Buana yang telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Zaki Mubarak, MM selaku manajer UKVAC yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak RT 01 dan RW 07 dan warga Utan Kayu yang dengan sukarela meluangkan waktunya untuk memberikan jawaban atas kuesioner dari penelitian skripsi ini.
8. Keluarga, sahabat dan kekasih tercinta yang selalu mendukung dan memberikan semangat penuh dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan dan dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca.

Jakarta, Desember 2014

UNIVERSITAS
MERCU BUANA Zetta Zerlinda

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | I |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | II |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI..... | III |
| LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI | IV |
| ABSTRAKSI | V |
| KATA PENGANTAR | VI |
| DAFTAR ISI | VIII |
| DAFTAR TABEL..... | IX |
| DAFTAR GAMBAR..... | XI |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Pendahuluan | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4. Manfaat penelitian | 9 |
| 1.4.1 Manfaat bagi Peneliti | 9 |
| 1.4.2 Manfaat bagi Akademi | 9 |
| BAB II KERANGKA PEMIKIRAN | |
| 2.1. Iklan Sebagai Proses Komunikasi | 10 |
| 2.2. Komunikasi Pemasaran | 15 |
| 2.3. Komunikasi Pemasaran Terpadu | 29 |
| 2.4. Iklan | 38 |
| 2.5. Iklan di TVC | 42 |
| 2.6 Elemen – elemen Dalam Iklan..... | 44 |
| 2.7 Persepsi | 45 |
| 2.8 Khalayak | 50 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3. 1. Paradigma Penelitian | 52 |
| 3. 2. Tipe Penelitian | 53 |
| 3. 3. Metode Penelitian | 54 |
| 3.4. Populasi dan Sampel | 55 |
| 3.4.1 Populasi | 55 |
| 3.4.2 Sampel | 55 |
| 3.5. Teknik Penarikan Sampel | 57 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data | 58 |
| 3.7. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel | 58 |
| 3.7.1 Definisi Konsep | 58 |
| 3.7.2 Operasionalisasi Konsep | 58 |
| 3.8. Teknik Analisa Data | 63 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum tentang Ki Kusumo | 64 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 67 |
| 4.3 Akumulasi Atensi | 82 |
| 4.4 Akumulasi Interpretasi | 82 |
| 4.5 Akumulasi Kognisi | 83 |
| 4.6 Pembahasan | 83 |

BAB V KESIMPULAN

| | |
|----------------------------|-----------|
| 5.1 Kesimpulan..... | 87 |
| 5.2 Saran..... | 91 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Posisi Komunikasi dalam Bauran Pemasaran | 18 |
| Tabel 2.2 Karakteristik Pesan pada Tiap | 23 |
| Tabel 2.3 Teknik Komunikasi dan Media yang Tersedia..... | 35 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep | 60 |
| Tabel 4.1 Cuplikan Iklan Ki Kusumo versi Yin Yang | 66 |
| Tabel 4.2 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 67 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia..... | 68 |
| Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan | 69 |
| Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Pendidikan..... | 69 |
| Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Awareness..... | 70 |
| Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Intensitas..... | 70 |
| Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Fokus | 71 |
| Tabel 4.9 Data Responden Berdasarkan Perhatian Alur Cerita..... | 72 |
| Tabel 4.10 Data Responden Berdasarkan Perhatian pada musik/jingle..... | 72 |
| Tabel 4.11 Data Responden Berdasarkan Perhatian pada Isi Pesan | 73 |
| Tabel 4.12 Data Responden Berdasarkan Perhatian Pada Talent/Model... | 73 |
| Tabel 4.13 Data Responden Berdasarkan Slogan | 74 |
| Tabel 4.14 Data Responden Perhatian pada Logo Iklan | 74 |
| Tabel 4.15 Data Responden Berdasarkan Pemahaman terhadap Alur Cerita | 75 |
| Tabel 4. 16 Data Responden Berdasarkan Pemahaman musik/jingle..... | 76 |
| Tabel 4.17Data Responden Berdasarkan Tingkatan Persuasif | 76 |
| Tabel 4.18 Kesesuaian Model/Talent..... | 77 |
| Tabel 4.19 Kesesuaian Slogan..... | 77 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.20 Data Responden Berdasarkan Logo yang cukup mewakili..... | 78 |
| Tabel 4.21 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Alur Cerita..... | 78 |
| Tabel 4.22 Data Responden Berdasarkan kecocokan musik/jingle | 79 |
| Tabel 4.23 Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Isi Pesan | 80 |
| Tabel 4.24 Data Responden Berdasarkan Kecocokan Model/Talent | 80 |
| Tabel 4.25 Data Responden Berdasarkan Slogan yang digunakan..... | 81 |
| Tabel 4.26 Data Responden Berdasarkan Logo yang digunakan | 81 |
| Tabel 4.3 Akumulasi Atensi (Perhatian) terhadap iklan Ki Kusumo..... | 82 |
| Tabel 4.4 Akumulasi Interpretasi (Pemahaman) terhadap iklan Ki Kusumo | 82 |
| Tabel 4.5 Akumulasi Kognisi terhadap iklan Kusumo | 83 |



UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Tahap Pencapaian Tujuan Komunikasi dan Startegi | |
| Komunikasi | 22 |
| Gambar 2.2 Evaluasi dalam Komunikasi Pemasarn | 27 |
| Gambar 2.4 Tahap Pembangunan IMC | 34 |
| Gambar 2.5 Proses Perceptual | 48 |

