



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**INTERPRETASI KHALAYAK PADA *BRAND REPUTATION*
LEMONILO MELALUI IKLAN YANG DIBINTANGI
OLEH *BOYGROUP* KOREA NCT DREAM**

LAPORAN SKRIPSI

Indika Yusefi Hidayat

44219010135

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indika Yusefi Hidayat
NIM : 44219010135
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak
Pada *Brand Reputation* Lemonilo Melalui Iklan Yang Dibintang Oleh
Boygrouop Korea NCT Dream

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 3 Juli 2023



Indika Yusefi Hidayat

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Indika Yusefi Hidayat
NIM : 44219010135
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Interpetasi Khalayak
Pada *Brand Reputation* Lemonilo Melalui Iklan Yang
Dibintangi Oleh *Boygrouop* Korea NCT Dream

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid
Umarella, M.Si.

NIDN : 0301117301

Ketua Penguji : Prof. Dr. Ahmad
Mulyana, M.Si

NIDN : 0318116603

Penguji Ahli : Eka Perwitasari Fauzi, (M.Ed)

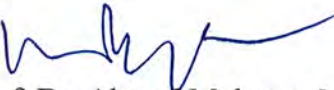
NIDN : 0316088201

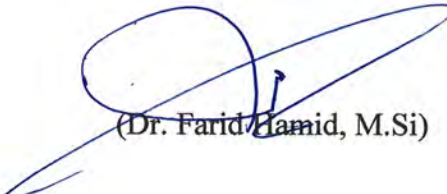
Jakarta, 3 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indika Yusefi Hidayat
NIM : 44219010135
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak Pada
Brand Reputation Lemonilo Melalui Iklan Yang Dibintangi Oleh
Boygroupp Korea NCT Dream

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Juli 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAL TEMPEL'. The serial number '460B6AKX425460109' is visible at the bottom of the stamp.

(Indika Yusefi Hidayat)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan Kehadirat Allah SWT karena, atas rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan Proposal Penelitian Skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam kepada baginda tercinta kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di akhirat nanti.

Peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat sehat-Nya, sehingga peneliti mampu untuk menyelesaikan pembuatan Proposal Penelitian Skripsi dengan judul “Interpretasi Khalayak Pada *Brand Reputation* Lemonilo Melalui Iklan Yang Dibintangi Oleh *Boygrouop* Korea Nct Dream”

Peneliti menyadari bahwa pembuatan Proposal ini masih jauh dari kata sempurna dan pembuatan penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak. Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Proposal Penelitian Skripsi ini. Tentunya, peneliti mengharapkan kritik dan saran Bapak/Ibu Dosen demi menyempurnakan tugas ini. Kemudian apabila terdapat banyak kesalahan pada Proposal ini peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang memberikan dorongan serta dukungan sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini, terkhusus kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, dosen riset komunikasi dan dosen pembimbing saya yang telah membimbing saya dalam mengerjakan skripsi, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
3. Ibu Anindita, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi II Ilmu Komunikasi.

4. Kedua orang tua saya tercinta Papa Taufik Hidayat, Mama Ayoeni Lestari dan tak lupa adik tersayang Vicho Yunanda Hidayat yang selalu memberikan dukungan dan senantiasa mendoakan penulis. Juga memberikan seluruh fasilitas penunjang sehingga penulis bisa mengerjakan skripsi dengan lancar dari awal pengerjaan hingga akhir pengerjaan.
5. M.Wahid Hasan Pasaribu (Bang Aan) selaku support system yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, warna, dan pelajaran dalam hidup. Mulai dari pengerjaan skripsi ini dimulai sampai pengerjaan skripsi ini selesai, serta senantiasa menemani saya dalam hal apapun. Terima kasih sudah mau mendengarkan keluh kesah saya selama ini hingga akhirnya saya tetap bertahan melewati semua permasalahan yang ada.
6. Anggota group whatsapp B.A.M, Mutawaqqil Hanreng Hakim dan Muhammad Iqbal yang telah membantu saya dalam pengerjaan skripsi serta memberikan canda tawa atas kesulitan yang kita lewati bersama dalam pengerjaan skripsi. Terima kasih kalian telah menjadi tempat saya membuang kesulitan saya dalam pengerjaan skripsi ini sehingga merefresh saya untuk semangat kembali mengerjakan skripsi ini.
7. Molly, Chino, Mong-mong, Unyil, Oleo dan Item yang telah memberi saya semangat dalam mengerjakan skripsi. Mulai dari memberikan saya semangat agar saya tidak menyerah, hingga memberikan canda tawanya ketika saya mulai merasa sedih.
8. Andrisa Shaliara, Christian Rionaldo, Emil Mario, Ayu Syahnur, Salsabila Putri Amariva dan Nilesta Sekar Arum. Terima kasih kepada kalian yang telah mau membantu dan juga berjuang Bersama dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sudah mau ditanya tanya sudah mau saling mengingatkan untuk mengerjakan skripsi SEMANGAT SEMUA.
9. Anggota Mentally Stable yaitu Raisa Adilla dan Adira Syifa. Terima kasih karena kalian masih ada disini menjadi supporting personal saya dalam pengerjaan skripsi.
10. Kepada teman-teman seperjuangan program studi Public Relations angkatan 2019 yang saat ini sedang berjuang.

11. Terima kasih kepada seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu saya dalam kelancaran pengerjaan skripsi.
12. Last but not least, terima kasih kepada diri saya sendiri, yang masih mau berjuang meskipun banyak rintangan yang dihadapi selama menjalani hidup, selama pengerjaan skripsi hingga akhirnya skripsi ini selesai.

Jakarta, 1 Juni 2023



Indika Yusefi Hidayat

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Komunikasi.....	19
2.3. Public Relations	20
2.3.1. Aktivitas Public Relations	21
2.4. Reputasi Merek (<i>Brand Reputation</i>).....	22
2.4.1. Proses Pembentukan Reputasi Merek.....	23
2.5. Iklan	24
2.6. Brand Ambassador.....	25

2.7. Teori Resepsi	26
2.8. Model Encoding-Decoding.....	27
BAB III.....	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Paradigma Penelitian	29
3.2. Metode Penelitian	30
3.3. Subjek Penelitian	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1. Data Primer	33
3.4.2. Data Sekunder	33
3.5. Teknik Analisis Data.....	34
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	35
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Subjek dan Objek Penelitian	37
4.1.1. Gambaran Umum Lemonilo dan NCT Dream.....	37
4.1.2. Identitas Informan	40
4.2. Hasil Penelitian	43
4.2.1. Pengetahuan Khalayak Secara Umum Pada Iklan Lemonilo.....	43
4.2.2. Pengetahuan Khalayak Tentang NCT Dream.....	47
4.2.3. Pengetahuan Khalayak Tentang NCT Dream Sebagai Bintang Iklan Lemonilo	49
4.2.4. Interpretasi Khalayak Tentang Iklan Lemonilo X NCT Dream	53
4.2.5. Interpretasi Khalayak Tentang NCT Dream Sebagai Bintang Iklan Lemonilo	56
4.2.6. Pengetahuan Khalayak Tentang Reputasi Merek	59
4.2.7. Interpretasi Khalayak tentang aspek reputasi Lemonilo dalam Iklan ..	61
4.2.8. Interpretasi Khalayak tentang keunikan Iklan Lemonilo x NCT Dream	64
4.2.9. Interpretasi Khalayak tentang Tagline #Menuju Generasi Hebat dalam Iklan Lemonilo.....	67

4.3. Pembahasan.....	71
BAB V.....	82
KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar NCT Dream x Lemonilo	5
Gambar 1.2. Gambar Photocard NCT Dream x Lemonilo	6
Gambar 4.1. Gambar Varian Mie Lemonilo.....	35
Gambar 4.2. Gambar NCT Dream.....	37
Gambar 4.3. Gambar Playlist NCT Dream Lemonilo di Youtube	38
Gambar 4.4. Gambar Tagline Iklan Lemonilo x NCT.....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Matrix Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1.	Informan Penelitian.....	30
Tabel 4.1.	Daftar Informan	39
Tabel 4.2.	Pemahaman Informan	40
Tabel 4.3.	Pernah Menonton Iklan Lemonilo	44
Tabel 4.4.	Mengetahui boyband Korea NCT Dream.....	47
Tabel 4.5.	Mengetahui NCT Dream sebagai bintang iklan Lemonilo.....	50
Tabel 4.6.	Interpretasi Khalayak tentang iklan Lemonilo x NCT Dream.....	53
Tabel 4.7.	Interpretasi Khalayak tentang NCT Dream sebagai bintang iklan Lemonilo.....	56
Tabel 4.8.	Pengetahuan Tentang Lemonilo	58
Tabel 4.9.	Interpretasi Khalayak tentang aspek reputasi Lemonilo dalam iklan.....	61
Tabel 4.10.	Interpretasi Khalayak tentang keunikan iklan Lemonilo x NCT Dream.....	64
Tabel 4.11.	Interpretasi Khalayak tentang Tagline #Menuju Generasi Hebat dalam Iklan Lemonilo	68
Tabel 4.12.	Hasil Analisis Temuan.....	76