

**PROSES PEMBENTUKAN CITRA MODERN GAMELAN  
SEBAGAI PRODUK BUDAYA MELALUI KOMPONEN-  
KOMPONEN DALAM IKLAN GAMELAN UNITED**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**oleh**

**ARIYA DAMAR PURBAYEKTI**

**05 09 02781 / kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2011**

**PROSES PEMBENTUKAN CITRA MODERN GAMELAN  
SEBAGAI PRODUK BUDAYA MELALUI KOMPONEN-  
KOMPONEN DALAM IKLAN GAMELAN UNITED**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**oleh**

**ARIYA DAMAR PURBAYEKTI**

**05 09 02781 / kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2011**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PROSES PEMBENTUKAN CITRA MODERN GAMELAN SEBAGAI  
PRODUK BUDAYA MELALUI KOMPONEN-KOMPONEN DALAM IKLAN  
GAMELAN UNITED**

**SKRIPSI**

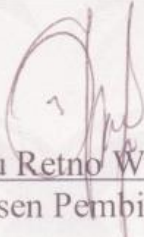
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

ARIYA DAMAR PURBAYEKTI

No. Mhs : 05 09 02781/ KOM

disetujui oleh :



Dhyah Ayu Retno Wdyastuti, M.Si  
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2011**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : PEMBENTUKAN CITRA MODERN GAMELAN SEBAGAI  
PRODUK BUDAYA MELALUI KOMPONEN-KOMPONEN  
DALAM IKLAN GAMELAN UNITED

**Penyusun** : Ariya Damar Purbayekti

**NIM** : 05 09 02781

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan

pada :

Hari / Tanggal : Senin, 15 Agustus 2011

Pukul : 13.00 Wib

Tempat : Ruang Pendadaran Lt.2 Kampus IV FISIP UAJY

### TIM PENGUJI :

F.Anita Herawati, M.Si  
Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si  
Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, MA.  
Penguji II



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ariya Damar Purbayekti  
Nomor Mahasiswa : 05 09 02781  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : PEMBENTUKAN CITRA MODERN GAMELAN  
SEBAGAI PRODUK BUDAYA MELALUI  
KOMPONEN-KOMPONEN DALAM IKLAN  
GAMELAN UNITED

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 8 Agustus 2011

Saya yang menyatakan,



Ariya Damar Purbayekti

## KATA PENGANTAR

Terima kasih dan Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala berkat, karunia dan penyertaannya sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan oleh penulis. Selama proses penulisan, penulis merasa banyak mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Atas terselesaikannya tugas penulisan ini, penulis tidak lupa untuk menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Tuhan (yang kami sebut dengan banyak nama, dan kami sembah dengan berbagai cara)
2. Bp. G Slamet Triyono dan Ibu Ani Purwati, serta keluarga besar Pawirodono sebagai sponsor utama atas terselenggaranya proyek penelitian ini
3. Retriantina Marhendra yang dalam nadinya aku titipkan detak jantungku
4. Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si selaku pembimbing
5. F. Anita Herawati, M.Si, Y. Bambang Wiratmodjo. MA selaku dosen penguji
6. Teman, teman, teman, teman yang banyak dan masing-masing berkontribusi atas selesainya tugas akhir ini
7. Kelompok kerja Gamelan Lover sebagai narasumber dalam penelitian ini

Yogyakarta, 7 september 2011

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAKSI .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Rumusan Permasalahan .....	7
3. Tujuan Penelitian .....	7
4. Manfaat Penelitian .....	7
5. Kerangka Teori .....	8
6. Kerangka Konsep .....	33
7. Metodologi Penelitian .....	38
7.1. Jenis Penelitian .....	38
7.2. Subyek dan Obyek Penelitian .....	38

7.3. Teknik pengumpulan data .....	39
7.4. Sumber data .....	40
7.5. teknik analisis data .....	40
<b>BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN</b>	
1. Gamelan Lovers .....	44
2. Memperjuangkan Gamelan .....	46
3. Unit kerja Gamelan Lovers .....	50
4. Departemen Cipta Kreasi .....	55
5. Majalah Womagz .....	56
6. Iklan Gamelan United .....	57
6.1. Elemen Visual .....	58
6.2. Elemen Verbal Tulisan .....	60
<b>BAB III DESKRIPSI DATA DAN ANALISIS DATA PENELITIAN</b>	
1. Deskripsi data penelitian .....	61
1.1. Informasi Iklan Gamelan United .....	61
1.2. Penyampaian Pesan Iklan .....	72
1.2.1. Komponen Verbal Iklan Gamelan United .....	74
1.2.2. Komponen Non Verbal Iklan Gamelan United .....	78
2. Analisis Data .....	83
2.1. Iklan Gamelan United sebagai Bentuk Komunikasi .....	83
2.2. Komponen dalam Iklan untuk Membangun citra Gamelan .....	93
2.2.1. Komponen non Verbal Iklan .....	97



2.2.1.1. Gambar .....	97
2.2.1.2. Warna.....	101
2.2.1.3. Tanda-tanda .....	101
2.2.2. Komponen Verbal Iklan .....	104
3. Asosiasi untuk Membangun Citra Gamelan .....	108
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
1. Kesimpulan .....	119
2. Saran .....	120
DAFTAR PUSTAKA .....	122
Daftar Lampiran .....	126

## DAFTAR GAMBAR

Gambar.1. Proses Komunikasi dalam Iklan.....	11
Gambar 2. Pembentukan Citra.....	38
Gambar.3. Instrumen gamelan.....	48
Gambar.4. Iklan Gamelan United.....	57
Gambar.5. copy Iklan Gamelan United.....	75
Gambar. 5. Visualisasai Iklan Gamelan United.....	76
Gambar. 6. Visualisasai Iklan Gamelan United.....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Struktur iklan .....	20
Table 2. Info Umum Iklan Gamelan United .....	72
Tabel 3. Komponen Copy Iklan.....	77
Tabel 4. Komponen Non Verbal Iklan.....	82

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 1 ..... 54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Iklan Gamelan United

Lampiran 2. Transkrip Wawancara Narasumber

Lampiran 3. Creative Brief

Lampiran 4. Transkrip Wawancara target Audience



## ABSTRAKSI

Gamelan sebagai produk budaya asli memiliki stigma negatif di kalangan generasi muda sehingga generasi muda semakin jauh dengan produk budaya bangsanya sendiri. Sama seperti sebuah produk barang atau jasa, gamelan sebagai produk budaya harus memiliki citra yang baik supaya dapat diminati oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan produk budaya pop yang lebih banyak dijumpai oleh generasi muda. Citra adalah kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber yang didapatnya sedangkan citra merek adalah persepsi tentang sebuah merek yang direfleksikan melalui asosiasi yang berada di dalam benak konsumen. Bagaimana citra gamelan dibangun melalui komponen-komponen di dalam iklan adalah rumusan permasalahan dalam penelitian ini. Penelitian mengenai pembentukan citra gamelan melalui iklan yang dilakukan oleh penulis ini berada dalam tataran bagaimana sumber (komunikator) merumuskan pesan iklan dengan tujuan untuk pembentukan citra gamelan. Guna melihat pembentukan citra gamelan di dalam iklan, penulis mengamatinya dari komponen-komponen atau unsur-unsur yang digunakan untuk menyampaikan pesan iklan tersebut. Tahap pertama dalam melakukan penelitian adalah mengetahui informasi umum mengenai iklan seperti obyektif, pesan utama, daya tarik, target sasaran dan pendekatan kreatif yang digunakan. Tahap selanjutnya adalah menganalisis komponen apa saja yang terdapat di dalam iklan tersebut, dan apa peran masing-masing komponen untuk membangun citra. Obyektif iklan Gamelan United adalah untuk membangun citra gamelan sebagai instrumen musik yang dapat menjadi media bereksprosi generasi muda berusaha dicapai dengan mengemas pesan bahwa gamelan adalah instrumen musik yang fleksibel, dinamis dan adaptif melalui komponen copy dan visual yang terdapat dalam iklan. Kedua komponen ini berfungsi untuk mempengaruhi target audience dalam mepersepsikan gamelan dan pada akhirnya akan mempengaruhi bagaimana target sasaran mencitrakan gamelan. Copy, visual, daya tarik dan pendekatan iklan berfungsi sebagai jalur pemaknaan dan simpul-simpul informasi yang dapat menggiring target audience untuk memproses informasi sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh tim kreatif pembuat iklan. Dari penelitian yang dilakukan maka penulis dapat memperoleh kesimpulan komponen-komponen dipakai untuk membangun citra adalah komponen verbal yang berupa *copywriting* dan komponen non verbal visual berupa ilustrasi pesan iklan, warna simbol dan ikon. Komponen-komponen dalam iklan tersebut digunakan sebagai sarana atau media untuk menyampaikan informasi untuk menggiring target sasaran untuk mengasosiasikan gamelan sebagai instrumen musik yang adaptif, dinamis dan fleksibel. Citra gamelan dibangun dengan mengemas pesan iklan dan diaplikasikan dalam bentuk komponen verbal dan komponen non verbal yang terdapat dalam iklan, komponen tersebut dipakai sebagai media untuk menyampaikan informasi yang akan

menghantarkan target sasaran untuk memproses informasi yang disajikan sesuai dengan obyektif iklan yang sudah ditentukan.

**Kata kunci : gamelan, iklan, copywriting, visualisasi iklan, asosiasi dan citra**

