

**TANGGAPAN KHALAYAK TERHADAP IKLAN TV
SELAI MORIN “SEGIGIT DEMI SEGIGIT”**

**(Studi Deskriptif tentang Tanggapan Ibu dan Anak Masyarakat
Pringgolayan Condongcatur terhadap Ide Kreatif Iklan TV Selai
Morin “Segigit Demi Segigit”)**



SKRIPSI

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

oleh
TOMMY
02 09 02016 / kom

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

HALAMAN PERSETUJUAN

TANGGAPAN KHALAYAK TERHADAP IKLAN TV SELAI MORIN “SEGIGIT DEMI SEGIGIT”

(Studi Deskriptif tentang Tanggapan Ibu dan Anak Masyarakat
Pringgolayan Condongcatur terhadap Ide Kreatif Iklan TV Selai Morin
“Segigit Demi Segigit”)

SKRIPSI

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

disusun oleh :

TOMMY

No. Mhs : 02 09 02016 / KOM

disetujui oleh :



F. Anita Herawati, M.Si.
Dosen Pembimbing

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

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : TANGGAPAN KHALAYAK TERHADAP IKLAN TV SELAI MORIN “SEGIGIT DEMI SEGIGIT”
(Studi Deskriptif tentang Tanggapan Ibu dan Anak Masyarakat Pringgolayan Condongcatur terhadap Ide Kreatif Iklan TV Selai Morin “Segigit Demi Segigit”)

Penyusun : Tommy

NIM : 02 09 02016 / Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

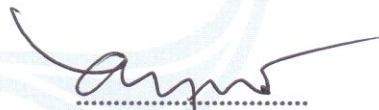
Hari / Tanggal : Senin, 5 Desember 2011

Pukul : 12.00 – 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendaran Lantai 2 FISIP UAJY

TIM PENGUJI :

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
Penguji Utama



F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Penguji I



Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.
Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tommy
No Mahasiswa : 02 09 02016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul karya Tulis : Tanggapan Khalayak Terhadap Iklan TV Selai Morin
“Segigit Demi Segigit”
(Studi Deskriptif tentang Tanggapan Ibu dan Anak Masyarakat Pringgolayan Condongcatur terhadap Ide Kreatif Iklan TV Selai Morin “Segigit Demi Segigit”)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar buah karya saya pribadi.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, hasil karya milik orang lain, maupun pencurian hasil karya orang lain, kecuali bagian yang sumber informasinya disebutkan dan dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidak-sesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia di proses 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 atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 21 November 2011

Saya yang menyatakan,



(Tommy)

ABSTRAKSI

Media massa adalah media yang mampu mengantarkan pesan kepada khalayak dalam jumlah besar secara cepat dan efisien, dan media televisi sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat. Iklan televisi memiliki karakteristik dan keunggulan-keunggulan tertentu sebagai sebuah media penyampaian pesan dan penanaman nilai. Pembuatan sebuah iklan membutuhkan suatu kreatifitas diantaranya menggabungkan komponen-komponen yang terdapat di dalam iklan agar iklan yang dihasilkan mampu menjadi kesatuan yang menarik bagi khalayak yang melihatnya. Tujuan penelitian ini mencoba mengetahui tanggapan khalayak terhadap ide kreatif iklan televisi Selai Morin “Segigit Demi Segigit”.

Kerangka konsep penelitian ini adalah ide kreatif sebuah iklan dan rumus AIDCA. Komponen-komponen dalam iklan yang diteliti adalah jargon, *jingle*, slogan, *talent*, dan logo. Sementara elemen-elemen yang digunakan dalam mengukur tanggapan khalayak terhadap iklan dalam rumus AIDCA adalah *attention*, *interest*, dan *desire*. Penelitian dilakukan berdasarkan metode deskriptif-kualitatif. Pengumpulan data melalui *focus group discussion* (FGD).

Objek penelitian ini adalah ibu dan anak masyarakat Pringgolayan Condongcatur yang dibagi ke dalam dua kelompok yang diperlihatkan video iklan Selai Morin “Segigit Demi Segigit”. Tanggapan khalayak terhadap ide kreatif iklan tersebut dapat diketahui dari mengkaitkan antara konsep dalam iklan dengan komponen-komponen di dalam iklan melalui elemen iklan yang dioperasionalkan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa ide kreatif iklan Selai Morin “Segigit Demi Segigit” dinilai efektif dalam menyampaikan pesan, dilihat dari tanggapan kedua kelompok partisipan FGD yang menyukai jargon, *jingle*, slogan, *talent*, dan logo dari ide kreatif iklan Selai Morin “Segigit Demi Segigit”.

Kata Kunci : Tanggapan, ide kreatif, dan AIDCA.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah Bapa di Surga Pencipta langit dan bumi beserta segala isinya, karena hanya kasih dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada program Strata 1 program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini banyak pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memberi bimbingan, bantuan, masukan, saran dan dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis. Maka dari itu, dengan tulus dan kerendahan hati, izinkan penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Allah Bapa di Surga
2. Mama yang dengan sempurna telah mendidik anaknya yang jauh dari sempurna dan saudara-saudaraku tercinta, semoga hal kecil ini dapat membuat kalian bangga. Terima kasih atas semuanya.
3. Ibu F. Anita Herawati, SIP., M.Si., selaku dosen pembimbing yang luar biasa membantu dalam memberikan bimbingan dan arahan selama masa pengerjaan dan pembuatan skripsi ini.

4. Seseorang yang sangat aku cintai, Cecilia Rezki Astranti Putri yang selalu menemaniku di saat suka dan duka, terima kasih untuk kesabaran, dukungan, dan doamu, *you are my inspiration, i love you...*
5. Keluargaku di Jogja, Om, Tante, Sakti, Mas Oky, Mbak Vinny, Stenia, dan Mbak Vitri, terima kasih untuk dukungannya.
6. Semua teman-teman Fisip angkatan 2001 sampai 2002 atas dukungan semangatnya. Remedial crew 2.0, Chris bray, Lintang, Oges, Fiyan, Gletmen, Icad, Kencreng, dan teman-teman di AWEVISION, Adite, Londho, Mas Wisnu, *thanks brother...*

Penulis menyadari masih banyak perbaikan yang harus dilakukan dalam penelitian ini. Akhir kata penulis mengharapkan semoga penelitian ini membawa manfaat.

Yogyakarta, 23 November 2011

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Konsep	6
F. Definisi Operasional	23
G. Metodologi Penelitian	24
1. Metode dan Jenis Penelitian	24
2. Objek Penelitian	25

3.	Lokasi Penelitian	27
4.	Teknik Pengumpulan Data	27
5.	Teknik Analisis Data	29

BAB II TEMUAN DATA DAN ANALISIS

A.	Deskriptif Iklan Selai Morin “Segigit Demi Segigit”	31
B.	Profil Partisipan FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)	39
C.	Deskripsi Hasil Penelitian	41
D.	Pembahasan	47

BAB III PENUTUP

A.	Kesimpulan	59
B.	Saran	61
	Daftar Pustaka	63
	Lampiran	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kaya spread dan Pineapple jam	31
Gambar 2 Varian rasa Selai Morin	32
Gambar 3 E.C.U (One Shot) ibu	34
Gambar 4 C.U (One Shot) ibu	34
Gambar 5 C.U (One Shot) anak	35
Gambar 6 T.S (Two Shot) ibu dan anak	35
Gambar 7 C.U (One Shot) Anak	36
Gambar 8 C.U (One Shot) Anak	37
Gambar 9 T.S (Two Shot) ibu dan anak	37
Gambar 10 T.S (Two Shot) anak dan ayah	38
Gambar 11 G.S (Group Shot) ayah, ibu dan anak <i>include super impose</i>	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Screening Kuesioner

Lampiran 2 Panduan FGD

Lampiran 3 Transkrip FGD

Lampiran 4 Ekstraksi Transkrip FGD

Lampiran 5 Campaign Booking Summary Astaguna Wisesa

