

PEMAKNAAN KHALAYAK TENTANG IKLAN GOJEK VERSI CERDIKIAWAN

(Analisis Resepsi Pada Mahasiswa UNMER Malang)

S K R I P S I

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Disusun oleh

DITIYA WAHYU KUSUMA

16033000009



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

2020

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul : **PEMAKNAAN KHALAYAK TENTANG IKLAN
GOJEK VERSI CERDIKIAWAN** (Analisis Resepsi
Pada Mahasiswa UNMER Malang)
2. Nama : Ditiya Wahyu Kusuma
3. NPK : 16033000009
4. Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
6. Universitas : Universitas Merdeka Malang

Malang, 21 Agustus 2020

Menyetujui

Pembimbing I



Rochmad Effendy, BHSc, M.Si

Menyetujui

Pembimbing II



Drs. Imam Patkuroji, M.Ag

Menyetujui

A.n. Dekan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



DR. SUKARDI, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Ditiya Wahyu Kusuma telah dipresentasikan di Hadapan Tim Penguji:

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Agustus 2020

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Merdeka Malang

Susunan Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Anggota



Rochmad Effendy, BHSc, M.Si



Sri Widayati, S.Pd M.Si



Drs. Imam Patkuroji, M.Ag

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



DR. SUKARDI, M.Si

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ditiya Wahyu Kusuma
NPK : 1603300009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas : Merdeka Malang

Mengatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa sepanjang pengetahuan mengenai skripsi yang telah saya susun sekarang ini:

1. Masih belum pernah di ajukan oleh orang lain dalam rangka memperoleh gelar akademik Sarjana Strata I.
2. Tidak memiliki kesamaan dengan karya-karya tulis ilmiah yang sudah ditulis dan diterbitkan orang lain.
3. Setiap kutipan bersumber dari karya orang lain pada naskah ini, selalu disebutkan sumber referensinya dan tertulis secara resmi dalam daftar pustaka.

Atas dasar pernyataan tersebut, apabila di dalam naskah ini terbukti ada unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menyatakan karya tulis ilmiah akademik skripsi ini digugurkan dan segala konskuensi yang menyertainya termasuk pembatalan gelar akademik yang diperoleh, bahkan bersedia untuk diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sisdiknas pasal : 25 ayat 2 dan pasal 70) serta Panduan Pencegahan Plagiasi yang telah ditetapkan oleh lewat Keputusan Dekan Fisip Unmer Malang Nomor: Kep.12A/FISIP/UM/VII/2016 tanggal 7 Juli 2016.

Malang, 18 Agustus 2020

Yang menyatakan



Ditiya Wahyu Kusuma

Halaman Motto Dan Persembahan

Motto :

- “Niat dan tekad mengalahkan ketidakmungkinan”

"Belajarliah dari Barat tapi jangan jadi peniru Barat, melainkan jadilah
murid dari Timur yang cerdas"

--- Ibrahim Datuk Tan Malaka

Kupersembahkan kepada :

Kedua malaikatku Ibu Dan (alm) Ayah

Keluarga Besar

Sahabat dan Teman

Serta Untuk Almamater Tercinta

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis menyadari banyak pihak yang ikut terlibat untuk menyelesaikan skripsi ini. Banyak kontribusi yang diberikan kepada penulis baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu ucapkan terima kasih dan penghormatan tertinggi patut penulis ucapkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan karunia-Nya serta petunjuk sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
2. Ibu yang menjadi motivasi agar skripsi ini cepat diselesaikan.
3. Bapak Dr. H. Sukardi, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang.
4. Bapak Rochmad Effendy, BHSc, M.Si selaku dosen pembimbing satu yang dengan sabar membimbing kami dan memberikan banyak ilmu bagi kami dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Imam Patkuroji, M.Ag selaku dosen pembimbing dua yang juga banyak memberikan arah penelitian, dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Saudah, S.Sos., M.Si selaku kepala prodi Ilmu Komunikasi yang juga banyak memberikan jalan kepada kami dalam memulai skripsi ini.
7. Seluruh tenaga pengajar dan karyawan Ilmu Komunikasi dan FISIP yang saya tidak bisa sebutkan satu-persatu, tapi dalam kuliah dan menyelesaikan tugas akhir ini banyak membantu memberikan jalan kepada kami.
8. Teman-temanku yang ada di Kalimantan Tengah, Aceng Yehezkiel, Bambang, Berni, grup yang selalu menghibur di tengah-tengah kebingungan skripsi.
9. Dea Oddeta Tasya, wanita yang selalu bertanya, kapan bisa selesai skripsi. Akhirnya menjadi motivasi dan semangat kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuangan sekaligus menjadi informan dalam penelitian ini, Adit Brewok, Carlos, Vialy, Yudha, Micky, Mail, tolong

segera selesaikan skripsi kalian, jangan lama-lama di kampus terutama untuk perjuangan satu kos, Adit dan Carlos.

11. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namun memiliki arti peran yang sama besarnya dalam penyelesaian skripsi ini.

Melalui semangat dan dukungan yang mereka berikan, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tentunya masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, berbagai kritik dan saran akan penulis terima dengan baik dan lapang dada. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Hormat saya

Ditiya Wahyu Kusuma

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pemakanan khalayak tentang iklan Gojek versi cerdikiawan (analisis resepsi pada mahasiswa UNMER Malang).” Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk melengkapi akhir studi pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Merdeka Malang.

Gojek di dalam beriklan selalu menarik perhatian masyarakat, iklan-iklan yang dibuat sangat dekat dan banyak menghibur serta mengambil tema-tema yang sedang ramai dibicarakan banyak orang. Sehingga tidak heran banyak orang belajar dan senang menonton tayangan-tayangan iklan Gojek yang ada di sosial media, termasuk iklan Gojek versi cerdikiawan. Skripsi ini menjelaskan tentang pemaknaan khalayak tentang makna-makna yang ada di dalam iklan cerdikiawan dengan menggunakan teori analisis resepsi.

Tentunya dalam penyusunan skripsi ini menghadapi berbagai macam kendala dan keterbatasan yang dialami oleh penulis. Namun, atas dukungan dan doa serta bantuan dari berbagai pihak skripsi ini masih bisa diselesaikan. Saran dan kritik yang membangun akan selalu penulis terima demi karya selanjutnya agar lebih baik.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Malang, 18 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	I
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	II
LEMBAR ORIGINALITAS SKRIPSI	III
MOTO DAN LEMBAR PERSEMBAHAN	IV
UCAPAN TERIMA KASIH	V
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
HALAMAN ABSTRAKSI	XIII
HALAMAN ABSTRACTION	XIV

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10

BAB II: KERANGKA DASAR TEORI

2.1 Analisis Resepsi	11
2.2 Konstruksi Makna	15

2.3 Kajian Khalayak.....	16
2.4 Iklan	18
2.5 Kreativitas Iklan.....	23

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Informan Penelitian.....	29
3.3 Fokus Penelitian.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.6 Keabsahan Data	34
3.7 Lokasi Penelitian.....	35

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2 Deskripsi Informan	40
4.3 Hasil FGD	49
4.4 Hasil Wawancara	55
4.5 Analisis Data.....	58
4.6 Pembahasan.....	71

BAB V: PENUTUP

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA81

LAMPIRAN-LAMPIRAN83

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Analisis Resepsi pada iklan Gojek versi cerdasikawan.....	13
4.1 Gambar informan pertama	40
4.2 Gambar Informan kedua	41
4.3 Gambar Informan ketiga	43
4.4 Gambar Informan keempat	44
4.5 Gambar Informan kelima	46
4.6 Gambar Informan keenam.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

I. Transkrip Hasil FGD.....	83
II. Foto-foto saat FGD.....	91
III. Transkrip Hasil Wawancara.....	94
IV. Foto-foto Saat Wawancara.....	98

ABSTRAKSI

Ditiya Wahyu Kusuma dengan NPK 16033000009 adalah mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang. Menyusun skripsi dengan judul “Pemakanan khalayak tentang iklan Gojek versi cerdikiawan (analisis resepsi pada mahasiswa UNMER Malang).” Dengan dosen pembimbing satu bapak Rohmad Effendy dan dosen pembimbing dua bapak Imam Patkuroji.

Iklan Gojek versi cerdikiawan adalah salah satu iklan yang viral di tahun 2019 dan banyak dibicarakan di banyak tempat, dan pada tahun yang sama pada tahun 2019 iklan Gojek mendapatkan penghargaan dari citrapariwara dengan kategori iklan kreatif durasi enam puluh detik, selanjutnya peneliti ingin mencari tahu makna-makna yang ada di dalam iklan Gojek versi cerdikiawan yang data dan informasinya didapat dari khalayak.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui makna-makna yang ada di dalam iklan Gojek versi cerdikiawan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori analisis resepsi. Di mana peran tunggal dipegang oleh khalayak dan bukan si pengirim pesan. Di dalam analisis resepsi pemaknaan yang didapat dari penonoton terdapat tiga jenis pemaknaan, yaitu pemaknaan dominan yang artinya tidak ada perbedaan penafsiran antara pengirim pesan dan penerima pesan, yang kedua adalah pemaknaan negosiasi yang pengertiannya bahwa si penerima pesan cenderung menolak maksud dan tujuan atau berbeda dengan yang lainnya, dan yang terakhir adalah pemaknaan oposisi, pemaknaan yang terakhir ini maksudnya adalah bahwa makna oposisi akan mempunyai pandangan yang kontras atau berbeda dengan si pengirim pesan berdasarkan ideologi latar belakangnya

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan teori analisis resepsi. Alasan memilih metode penelitian kualitatif karena hasil yang ingin dicapai atau didapat adalah sebuah uraian tulisan atau argumen dari para informan.

Hasil penelitian dalam mencari makna-makna dalam iklan cerdikiawan menurut analisis resepsi, terdapat dua pemaknaan, yaitu pemaknaan dominan dan pemaknaan negosiasi, pemaknaan dominan dalam penelitian ini menekankan kepada hasil makna kreatif dalam iklan cerdikiawan, sementara makna negosiasi sedikit gambaran bahwa iklan ini hanya menampilkan adegan gaya dibanding kerja.

Kata Kunci : Makna-makna, Khalayak, Analisis resepsi.

ABSTRACTION

Ditiya Wahyu Kusuma with NPK 16033000009 is a student of Communication Science study program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Merdeka Malang. Compiling a thesis with the title " Audience eating about the clever version of Gojek advertisement (analysis of the recipe for UNMER Malang students). " With the supervisor of the fathers Rohmad Effendy and lecturer supervisor two father Imam Patkuroji.

The clever version of Gojek's advertisement is one of the advertisements that is viral in 2019 and is widely discussed in many places, and in the same year in 2019 the Gojek advertisement received an award from the imagery of the creative advertisement category with a duration of sixty seconds, then the researcher wants to find out the meaning- the meaning contained in the clever version of the Gojek advertisement whose data and information are obtained from the public.

The research objective to be achieved is to find out the meanings in the intellectual version of Gojek's advertisement using qualitative research methods using the theory of reception analysis. Where a single role is held by the audience and not the sender of the message. In the analysis of the meaningful reception obtained from the audience, there are three types of consumption, namely dominant consumption which means that there is no difference in interpretation between the sender of the message and the recipient of the message, the second is the meaning of negotiation, which means that the recipient of the message tends to reject the intent and purpose or is different from that other, and the last one is the eating of opposition, the last meaning is that the meaning of the opposition will have a contrasting or different view from the sender of the message based on his background ideology.

The research method used by the researcher is a qualitative research method with a reception analysis theory approach. The reason for choosing qualitative research methods is because the result to be achieved or obtained is a written description or argument from the informants.

The results of the research in looking for the meanings in intellectual advertising according to the reception analysis, there are two meanings, namely the dominant meaning and the negotiation meaning, the dominant meaning in this study emphasizes the results of the creative meaning in the intellectual advertisement, while the negotiation meaning shows that this ad only shows a scene. style versus work.

Keywords : Meanings, Audience, Reception analysis.