

## **SKRIPSI**

**PERSEPSI KHALAYAK PADA VIDEO IKLAN *THAI LIFE INSURANCE* VERSI “*I WANT MORE TIME* ” TERHADAP PERAN AYAH DAN ANAK LAKI – LAKI DALAM KELUARGA**



Disusun Oleh :

Nama : Fahmi Rizki Fajar  
NIM : A15. 2015. 00341  
Program Studi : Ilmu Komunikasi S-1

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO  
SEMARANG  
2017**

**TUGAS AKHIR**

**PERSEPSI KHALAYAK PADA VIDEO IKLAN *THAI LIFE*  
INSURANCE VERSI “*I WANT MORE TIME* ” TERHADAP  
PERAN AYAH DAN ANAK LAKI – LAKI DALAM  
KELUARGA**

Diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi  
Ilmu Komunikasi S-1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro



Disusun Oleh :

Nama : Fahmi Rizki Fajar  
NIM : A15. 2015. 00341  
Program Studi : Ilmu Komunikasi S-1

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO  
SEMARANG  
2017**

## **PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI**

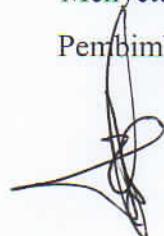
Nama : Fahmi Rizki Fajar  
NIM : A15.2015.00341  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komputer  
Judul Skripsi : **PERSEPSI KHALAYAK PADA VIDEO IKLAN  
*THAI LIFE INSURANCE* VERSI “*I WANT MORE  
TIME*” TERHADAP PERAN AYAH DAN ANAK  
LAKI – LAKI DALAM KELUARGA**

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui,

Semarang, 28 Juli 2017

Menyetujui:

Pembimbing



Mukaromah M.IKom.

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ilmu Komputer

Dr. Drs. Abdul Syukur M.M.

## PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Nama : Fahmi Rizki Fajar  
NIM : A11.2010.05774  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komputer  
Judul Tugas Akhir : " Persepsi Khalayak Pada Video Iklan *Thai Life Insurance* Versi " *I Want More Time* " Terhadap Peran Ayah Dan Anak Laki – Laki Dalam Keluarga "

Tugas akhir ini telah diujikan dan dipertahankan dihadapan Dewan Penguji pada Sidang tugas akhir tanggal 28 Juli 2017. Menurut pandangan kami, tugas akhir ini memadai dari segi kualitas maupun kuantitas untuk tujuan penganugrahan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Semarang, 28 Juli 2017

Dewan Penguji:

Lisa Mardiana, S.Sos, M.I.Kom  
Anggota 1

Agus Trivono, S.Sos, Msi  
Anggota 2

Mutia Rahmi Pratiwi, M.I.Kom  
Ketua penguji

## **PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Sebagai mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Fahmi Rizki Fajar

NIM : A15.2015.00341

Menyatakan bahwa karya ilmiah saya yang berjudul :

**PERSEPSI KHALAYAK PADA VIDEO IKLAN THAI LIFE INSURANCE VERSI  
“I WANT MORE TIME” TERHADAP PERAN AYAH DAN ANAK LAKI – LAKI  
DALAM KELUARGA**

Merupakan karya asli saya (kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya dan perangkat pendukung seperti web cam dll). Apabila dikemudian hari, karya saya disinyalir bukan merupakan karya asli saya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 28 Juli 2017

Yang menyatakan



Fahmi Rizki Fajar

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Fahmi Rizki Fajar

NIM : A15.2015.00341

Demi mengembangkan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memeberikan kepada Universitas Dian Nuswantoro Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

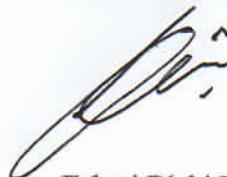
Persepsi Khalayak Pada Video Iklan *Thai Life Insurance* Versi “*I Want More Time*” terhadap Peran Ayah Dan Anak Laki – Laki Dalam Keluarga.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Dian Nuswantoro berhak untuk menyimpan, mengopy ulang (memperbanyak), menggunakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan / mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.

Saya bersedia untuk menganggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Dian Nuswantoro, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang  
Pada tanggal : 28 Juli 2017  
Yang menyatakan



Fahmi Rizki Fajar

## KATA PENGANTAR

Dengan memanajatkan puji syukur kehadirat Allah SWT. Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis sehingga laporan tugas akhir dengan judul “ **Persepsi Khalayak Pada Video Iklan Thai Life Insurance Versi “I Want More Time “ Terhadap Peran Ayah Dan Anak Laki – Laki Dalam Keluarga** “, dapat penulis selesaikan sesuai dengan rencana karena dukungan dari berbagai pihak yang tidak ternilai besarnya.

Dalam skripsi ini penulis melakukan penelitian tentang persepsi khalayak pada Iklan *thai life insurance* versi “ *i want more time* “ terhadap peran ayah dan anak laki – laki dalam keluarga, dengan metode analisis resensi yang berupaya untuk mengetahui bagaimana masyarakat memahami dan menginterpretasikan isi pesan berdasarkan pengalaman dan pandangannya selama berinteraksi dengan media.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasehat dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berkenan membantu dan mendukung penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Edi Noersasongko, M.Kom., selaku Rektor Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
2. Dr. Drs. Abdul Syukur, M.M., selaku Dekan Fasilkom.
3. Dr. Y. Tyas Catur Pramudi S. Si, M.Kom., selaku Ka.Progdi Ilmu Komunikasi.
4. Mukaromah, M.I.Kom, selaku pembimbing tugas akhir yang memberikan ide penelitian, memberikan informasi referensi yang penulis butuhkan dan bimbingan yang berkaitan dengan penelitian penulis.
5. Dosen-dosen pengampu di Fakultas Ilmu Komputer Progdi Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nuswantoro Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya masing-masing, sehingga penulis dapat mengimplementasikan ilmu yang telah disampaikan.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu bersabar memberikan dukungan

moril, materiil, dan kepercayaan. Terima kasih atas doa dan dukungan yang terus mengalir.

7. Teman - teman yang senantiasa selalu menemani, menyemangati, menghibur penulis tiada hentinya.
8. Pihak – pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini.

Semoga Tuhan yang Maha Esa memberikan balasan yang lebih besar kepada beliau-beliau, dan pada akhirnya penulis berharap bahwa penulisan laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna sebagaimana fungsinya.

Semarang, 28 Juli 2017



Fahmi Rizki Fajar

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memahami persepsi khalayak pada video iklan *Thai Life Insurance* versi “ *I Want More Time* ” terhadap peran ayah dan anak laki – laki dalam keluarga. Penggalian dua peran komunikasi antara ayah dan anak laki – laki dalam sebuah keluarga yang cenderung dingin dan kaku, tidak terlihat keakraban diantara keduanya, yang ingin disampaikan oleh sang sutradara kepada khalayak. Fokus dari penelitian ini adalah pada pemaknaan khalayak yang memiliki latar belakang berbeda dalam dua keluarga terhadap iklan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi. Analisis resepsi dipilih untuk mendapatkan temuan yang mendalam. Ada tujuh orang khalayak yang menjadi narasumber dari penelitian ini. Ketujuh narasumber terbagi menjadi dua keluarga tersebut memiliki latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan data yang akurat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara yang mendalam melalui *Forum Group Discussion* ( FGD ) dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan teori Negosiasi Muka dari Stella ting Toomey. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa peran ayah dan anak laki – laki dalam video iklan *Thai Life Insurance* versi “ *I Want More Time* ” memiliki kesamaan dengan peran ayah dan anak laki – laki di kehidupan sehari – hari dalam konteks keluarga, hal ini pernah dialami sendiri oleh narasumber laki – laki sebagai ayah dan anak serta didukung oleh penuturan informan lainnya.

**Kata Kunci :** iklan, *i want more time*, persepsi khalayak

## ***ABSTRACTION***

This study aims to understand audience perceptions on the Thai Life Insurance video ad version of "I Want More Time" on the role of father and son in the family. Excavation the two roles of communication between father and son in a family that tends ignorant and rigid, there is no intimacy between the two, which the director wants to convey to the audience. The focus of this study is on the meaning of the audience that has a different background in the two families against the ad. This study used a qualitative approach with the method of reception analysis. Analysis of the reception was selected to obtain deep findings. There are seven people audiences who became the source of this research. The seven speakers are divided into two families have different backgrounds to obtain accurate data. The data collection techniques used in this study are through in-depth interviews through Group Discussion (FGD) forums and literature studies. This study uses the Advocacy of Stella ting Toomey Advance theory. The results of this study say that the role of fathers and sons in the Thai Life Insurance ad video version of "I Want More Time" has similarities to the role of father and son in everyday life in the context of the family, it has been experienced alone by male informants as fathers and children and supported by other informants' narratives.

**Keywords :** advertising, I want more time, audience perception

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN DEWAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b>	
<b>UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACTION .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Akademis .....	6
2. Manfaat Praktis .....	7
3. Manfaat Sosial.....	7
E. Batasan Penelitian .....	7
F. Metode Penelitian.....	7
1. Jenis Penelitian Kualitatif .....	7
2. Jenis dan Sumber Data.....	8
3. Analisa Data .....	19
4. Penarikan Kesimpulan .....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	12
1. Iklan.....	12

a.	Definisi umum iklan.....	12
b.	Peranan Iklan.....	13
c.	Karakteristik Daya Tarik Iklan.....	13
d.	Fungsi Iklan.....	13
2.	Sejarah Perkembangan Periklanan Dunia .....	15
3.	Iklan <i>Thai Life Insurance</i> di Thailand.....	16
4.	Audiens sebagai Khalayak .....	17
5.	Pemirsa Sebagai Khalayak Aktif .....	19
6.	Persepsi dan Prosesnya .....	20
7.	Analisis Resepsi .....	21
8.	Teori Negosiasi Identitas oleh Stella Ting Toomey.....	24
a.	Muka dan Teori Kesantunan .....	24
b.	Facework .....	25
c.	Asumsi Teori Negosiasi Muka .....	25
d.	Mengelola Konflik Melintasi Budaya .....	26
B.	Kerangka Berpikir.....	27
C.	Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	29

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A.	Metode Penelitian.....	36
B.	Subjek Penelitian.....	37
C.	Teknik Pengumpulan Data.....	38
1.	Data Primer .....	38
2.	Data Sekunder .....	38
3.	Teknik Analisa Data.....	38
1)	<i>Data Display</i> (Penyajian Data) .....	39
2)	<i>Data Reduction</i> (Reduksi Data) .....	39
3)	<i>Conclusion Drawing / Verification</i> .....	40

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	41
B. Penyajian Data .....	42
C. Pembahasan FGD.....	43
D. Pembahasan Persepsi Narasumber menurut Teori Negosiasi Muka Stella Ting Toomey .....	58

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 sumber : <a href="http://mentalhealthandhappiness.com/tag/perception-2">http://mentalhealthandhappiness.com/tag/perception-2</a>	21
Gambar 2.1 Kerangka berpikir.....	27
Gambar 3.1 Sumber : <a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a> .....	43
Gambar 3.2 Sumber : <a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a> .....	42
Gambar 3.3 Sumber : <a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a> .....	42
Gambar 3.4 Sumber : <a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a> .....	45
Gambar 3.5 Sumber : <a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a> .....	45
Gambar 3.6 Sumber : <a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a> .....	45
Gambar 3.7 Sumber : <a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a> .....	46
Gambar 3.8 Sumber : <a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a> .....	46