

DAYA TARIK IKLAN MIE SEDAAP INSTAN DI TELEVISI (RCTI)
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Sebagai Konsumen Mie Instan)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosisal Dan Ilmu Politik
Universitas Katolik Widya Mandira
Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Serjana Ilmu Komunikasi**



OLEH :

Leonora M. M Guterres

NIM. 431 14 056

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2021**



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

Jl. Jend. Achmad Yani 50 – 52. Telp. (0380) 833395, Fax. 831194

Web Site : <http://www.unwira.ac.id> e-mail : info@unwira.ac.id

Kupang 85225 – Timor - NTT

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada Hari ini, **Kamis, 24 Juni 2021 Jam 11.00 Wita** Telah diadakan Ujian Sarjana Program Skripsi, bagi mahasiswa :

Nama : Leonora M.M. Guterres
No. Reg. : 431 14 056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :

DAYA TARIK MIE INSTAN SEDAAP DI TELEVISI (Studi kasus pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai konsumen mie instan)

Di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang terdiri dari :

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Ketua | : Drs. Darus Antonius, M.Si |
| 2. Sekretaris | : Fransiska D. Setyaningsih, M.Si |
| 3. Penguji Materi I | : P. Hendrikus S. Bouk, SVD, S.Fil, MA |
| 4. Penguji Materi II | : Mikhael R. Bataona, S.Sos, M.I.Kom |
| 5. Penguji Materi III | : Drs. Darus Antonius, M.Si |
| 6. Pembimbing I | : Drs. Darus Antonius, M.Si |
| 7. Pembimbing II | : Fransiska D. Setyaningsih, M.Si |

(Handwritten signatures of the examiners)

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :

Nilai yang diperoleh dari Penguji I = 88
Penguji II = 87
Penguji III = 82
Lulus dengan Nilai = 84,6 / A -

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :

HARI :, TANGGAL :, JAM :
Hasil Ujian Ulang =

Drs. Mariandus Kleden, M.Si

Kupang, 24 Juni 2021
Ketua Tim Penguji,
(Signature)
Drs. Darus Antonius, M.Si

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leonora M.M Guterres
No.Regis : 431 14 056
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (SKRIPSI) dengan judul:

DAYA TARIK IKLAN MIE SEDAAP INSTAN DI TELEVISI (RCTI) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Sebagai Konsumen Mie Instan)

Adalah benar-benar karya saya sendiri yang dibimbing oleh Bapak Drs. Darus Antonius, M.Si, selaku pembimbing I dan Ibu Fansiska D. Setyaningsih, M.Si selaku pembimbing II. Apabila kemudian hari ditemukan penyimpangan maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Kupang , 2021

Disahkan

Pembimbing I



(Drs. Darus Antonius, M.Si)

Mahasiswa



(Leonora M.M Guterres)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Ini Telah Diuji Dan Dipertahankan Depan Penguji
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Katholik Widya Mandira Kupang

Hari : Kamis

Tanggal : 24 Juni 2021

Tempat : Ruang Ujian Fisip


Disetujui Oleh

Pembimbing I



(Drs. Darus Antonius, M.Si)

Pembimbing II



(Fransiska D. Setyaningsih, M.Si)

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Katholik Widya Mandira Kupang



(Drs. Marianus Kleden, M.Si)

MOTTO

Selama Ada Niat dan keyakinan Semua Akan Jadi Mungkin

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk Ayah tercinta Martinho Guterres (Alm) dan Ibu Tersayang Isabela Canizio Magelhaes yang dengan kesetiaannya mendukung dan mendoakan saya menyelesaikan perkuliahan ini.

Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Katolik Widya Mandira

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Allah Yang Maha Esa Karena atas berkat dan rahmat yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Proposal Penelitian dengan judul “*Daya Tarik Iklan Mie Sedaap Instan Di Televisi RCTI (Studi Kasus Pada Prodi Ilmu Komunikasi)*”. Dengan selesainya penulisan Skripsi penelitian ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah banyak membantu dan memberikan masukan kepada penulis. Untuk itu penulis ingin mengungkapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Katolik Widya Mandira.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip, Universitas Katolik Widya Mandira.
4. Bapak Yoseph Andreas Gual, S.Sos, MA sebagai dosen Pembimbing Akademik angkatan 2014.
5. Dosen pembimbing Skripsi, Pembimbing I Bapak Drs. Darus Antonius M.Si dan dosen pembimbing II Ibu Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
6. Dosen penguji I Pater Hendrik S. Bouk, SVD. S.FIL, MA dan Dosen penguji II Bapak Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos.,M.I.Kom yang telah memberikan waktu untuk menguji penulis dan merevisi hasil tulisan penulis.
7. Bapak Martinho Guterres (Alm), Mama Isabela Canizio Magalhaes, Kakak Amelia Guterres, Kakak Paulino Guterres, Kakak Veronika Guterres (Alm), Kakak Maria Guterres dan Kakak Manuel Guterres.
8. Sandy, Heri, Iwan, Jack dan Charly yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini serta semua teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2014.
9. Heriberta Ivan, Leopolda Liklao, Aurelia Adinda Mbanga, Hendrikus Nong Dadin dan Charles Fabianus Seran yang telah membantu penulis dalam menjejakan skripsi ini.
10. Teman-teman Omk dan THS-THM St.Petrus Haukoto.

11. Orang-orang tersayang Agnes Ina Mallo, Yuni Aden, Feli Aden, Isabela Tokan, Ika Tokan, Joy Rose Grace, Mariana Role, Juventus Carlos Beda, Egidius Hellong, Maria Ximenes, Desy Borges, Noldi Nifu, Angela Beda, Maria Beda dan Otiliano Fernandes yang telah membantu penulis dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka atas segala bentuk kritikan, saran dan usul dari berbagai pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Kupang, Maret 2021

Penulis

ABSTRAK

Perkembangan dunia televisi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat luar biasa. Perkembangan seperti itu tidak dapat dilepaskan dari dukungan dana yang besar yang berasal dari dunia iklan. Iklan adalah sebuah serangkaian tayangan televisi yang dibuat dan dibayar oleh sebuah badan usaha untuk menyampaikan pesan, biasanya untuk memasarkan produk ataupun sekedar mengumumkan. Iklan sering kali juga dapat kita jumpai dengan mudah dari iklan di media sosial, iklan yang terpampang di jalan dan iklan di televisi. Salah satu media yang dipilih yaitu televisi dimana televisi sendiri memiliki keunggulan-keunggulan dalam menayangkan iklan berupa, suara, gerak dan gambar yang bisa kita saksikan sekaligus dalam satu kali penayangan iklan. Jenis penelitian studi kasus pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang sebagai konsumen Mie Sedaap Instan Sedaap, yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan kesimpulan Daya Tarik Iklan Mie Sedaap Instan di Televisi telah mempengaruhi mahasiswa untuk mengambil keputusan membeli produk makanan tersebut. Hal menarik dari iklan mie sedaap instan tersebut yaitu, penggunaan gaya bahasa, pemeran dari iklan, pengisian musik, dan iklan tersebut bisa dapat di terima karena menjunjung tinggi kejujuran, kejelasan, dan kehematan. Terdapat pengaruh daya tarik iklan mie sedaap instan di televisi terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa Program Study Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang bertempat tinggal sementara di Kos Rania, Jalan Sanjuan II. RT 002, RW 02. Desa Penfui Timur, Kecamatan Kupang Tengah Kabupaten Kupang. Daya tarik iklan mie sedaap instan di televisi mempengaruhi tindakan mahasiswa untuk membeli produk tersebut.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
BERITA ACARA	
LEMBAR ORISINALITIS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO & PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Rumusan Masalah	7
1.3	Tujuan Peneliti.....	7
1.4	Manfaat Penelitian	7
1.5	Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis	8
	1.5.1 Kerangka Pemikiran	8
	1.5.2 Asumsi.....	9
	1.5.3 Hipotesis	10

BABA II LANDASAN KONSEPTUAL

2.1	Hasil Penelitian Sebelumnya	11
2.2	Pengetian Televisi.....	12
2.3	Pengertian Iklan	15
2.4	Pengertian Iklan Televisi	21
2.5	Daya Tarik Iklan Televisi	23
2.6	Pengertian Mie Instan	24
2.7	Teori Kultivasi.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Lokasi Penelitian	29
3.3 Informan Kunci	29
3.4 Definisi Konstruk Penelitian dan Indikator	30
3.4.1 Definisi Konstruk Penelitian	30
3.4.2 Indikator	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Analisis dan Interpretasi Data	33
3.6.1 Analisis Data	33
3.6.2 Interpretasi Data	33
3.7. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.2.1. Deskripsi hasil wawancara tentang Daya Tarik Iklan Mie Instan Sedaap Di Televisi	35
4.2.1. Hasil Wawancara	37
4.2.2. Hasil Observasi	44

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

5.1 Analisis Hasil Penelitian.....	46
5.1.1. Unsur Pesan.....	46
5.1.2. Unsur Selebriti	47
5.1.3. Unsur Musik.....	48
5.1.4. Unsur rasional atau Positif	48
5.2. Interpretasi Hasil Penelitian.....	49
5.2.1. Unsur Dalam Mie Sedaap Instan.....	50
5.2.2. Teori Kultivasi Dalam Iklan Mie Sedaap Instan.....	52

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	54
6.2 Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN