

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Iklan Layanan Masyarakat Komisi Pemilihan Umum dalam Konstruksi Pesan Iklan ini mengangkat tentang bagaimana iklan televisi dapat menjadi sebuah tayangan dalam konstruksi pesan yang terdapat pada iklan layanan masyarakat Komisi Pemilihan Umum di Inews TV Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi pesan dalam iklan, sehingga audien yang menonton tayangan dapat mengalami perubahan sikap sesuai dengan harapan dari si pengiklan.. Disamping itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengangkat aspek penting yang mempengaruhi konstruksi pesan. Penelitian ini menggunakan pendekatan proses belajar dari perubahan sikap yang diaplikasikan Mar'at kedalam teori S-O-R, kemudian didukung oleh teori *mise en scene* dan teori komunikasi.

Berdasarkan hasil kajian dapat diambil kesimpulan bahwa konstruksi pesan dapat terwujud jika iklan yang disampaikan memenuhi unsur-unsur yang mampu membuat audien tergerak setelah menyaksikan tayangan yang mereka saksikan, mereka dapat melihat perubahan sikap sesuai dengan harapan dan tujuan dari pembuatan iklan.

Iklan Layanan Masyarakat Komisi Pemilihan Umum ini dibuat dengan tujuan untuk memberi informasi dan pemberitahuan kepada masyarakat dan warga yang telah memenuhi syarat sebagai pemilih dalam pemilu, dapat menggunakan hak pilih mereka dengan sebaik mungkin. Iklan yang berisi informasi dan pemberitahuan yang berupa ajakan ini kemudian ditambah dengan adanya sanksi atau akibat jika tidak mengikuti ajakan tersebut.

Kata Kunci : Konstruksi, pesan, iklan

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| DAFTAR BAGAN | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| ABSTRAK..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1. Latar Belakang | 1 |
| 2. Rumusan Masalah | 5 |
| 3. Tujuan dan Manfaat | 5 |
| 4. Tinjauan Pustaka | 6 |
| 5. Landasan Teori | 8 |
| 6. Metode Penelitian | 11 |
| 7. Sistematika Penulisan | 15 |
| BAB II OBJEK PENELITIAN | |
| A. Profil Perusahaan Inews TV Padang | 17 |
| B. Iklan KPU | 19 |

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| A. Iklan Layanan Masyarakat | 22 |
| B. Konstruksi Pesan Iklan | 39 |

BAB IV PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 58 |
| B. Saran | 59 |

KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

GLOSARIUM