



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Televisi merupakan salah satu medium bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media televisi dimanfaatkan karena sebagai salah satu media komunikator dan media penyiaran yang terkenal dengan sarana penyampaian pesan, dan sangat efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak dan tanpa batasan.

Iklan adalah salah satu tayangan yang ada di televisi dan mempunyai pesan untuk disampaikan kepada *audience*. Berkaitan dengan hal ini, Marshall McLuhan yang dikutip oleh Burhan Bungin menyatakan bahwa "*the medium is the message*"¹. Medium disini adalah televisi yang digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan dan merupakan pesan itu sendiri. Pesan yang terdapat dalam iklan bersifat mengajak atau membujuk konsumen.

Bersamaan dengan pernyataan Burhan Bungin diatas, seorang praktisi periklanan di Inggris, Frank Jefkins berpendapat bahwa periklanan merupakan pesan-pesan persuasif yang diarahkan kepada masyarakat agar masyarakat dapat merasakan dan dapat mengingat pesan oleh iklan yang disampaikan².

¹ Burhan Bungin, *Imaji Media Massa* (Yogyakarta:Jendela,2001),hal. 6

² Frank Jefkins, *Periklanan, terj. Haris Munandar* (Jakarta:Erlangga, 1997),5.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Burhan Bungin dalam bukunya juga menyebutkan bahwa ada dua unsur iklan, yaitu: yang pertama iklan itu berbisnis dan kedua iklan itu seni. Sebagai seni, iklan itu sebuah kreativitas yang menjadi cermin suatu masyarakat dimana iklan itu berada dan itu sangat bermanfaat bagi nuansa pengembangan seni masyarakat dan bagus bagi kesetaraan gender³.

Bagi pemerintah, untuk dapat memberikan informasi dan pengumuman bagi masyarakat secara menyeluruh, dibuatlah sebuah iklan layanan masyarakat melalui media televisi. Iklan layanan masyarakat pada media televisi lebih memiliki pendekatan secara persuasif dibandingkan dengan media lainnya. Selain itu, melalui televisi informasi yang ingin disampaikan pemerintah dapat secara langsung ditonton oleh masyarakat. Dengan kualitas gambar dan suara yang jelas, seharusnya masyarakat lebih dapat menangkap maksud dan tujuan dari pemerintah.

Gambar dalam iklan merupakan potongan-potongan dari penggalan kisah kehidupan masyarakat sehari-hari. Dengan adanya penyampaian melalui gambar, maka *audience* yang menyaksikan iklan dapat mengerti dan mengaplikasikan pesan dalam iklan ke dalam kehidupan, sehingga tujuan dari penyampaian pesan dalam iklan dapat tersampaikan.

Selain itu, suara juga merupakan unsur yang tidak kalah penting keberadaannya dibandingkan dengan gambar dalam penyampaian pesan

³Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2008)hal.130



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

atau informasi. Dengan adanya gabungan antara gambar dan suara, maka pesan akan ditangkap dengan jelas oleh penerima pesan, karena rangkaian yang cerita pesan yang disampaikan dalam iklan layanan masyarakat merupakan penggalan kisah yang diambil untuk memberikan penjelasan kepada khalayak.

Penerimaan informasi yang diinginkan pemerintah agar sampai pada warganya dapat dilakukan melalui komunikasi yang baik. Komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia. Tindakan komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai macam cara. Tindakan komunikasi juga dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Komunikasi juga merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Dua bentuk umum tindakan yang terjadi yaitu penciptaan pesan dan penafsiran pesan.

Dalam penciptaan pesan yang ingin disampaikan melalui iklan, perlu diperhatikan aspek-aspek yang menjadi peran penting dalam menarik perhatian audien. Aspek yang akan penulis bahas dalam penelitian ini yaitu berupa visual dan audio. Visual dan audio merupakan pondasi dalam sebuah tayangan televisi. Dan yang menjadi alasan dari ketertarikan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan-tujuan dari setiap pengambilan shot yang dilakukan oleh sutradara, sehingga iklan layanan masyarakat yang ditayangkan melalui stasiun televisi lokal Inews TV Padang dapat menjadi sebuah iklan yang dapat diterima dengan baik oleh audien ketika memperhatikan iklan yang mereka saksikan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Alasan bagi penulis menjadikan iklan KPU ini sebagai objek penelitian adalah dikarenakan pada Juni 2018 ini akan diadakan pilkada serentak. Oleh karena itu seluruh penjuror kota maupun desa Badan Pengawas Pemilu (Banwaslu) beserta Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menyiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk pilkada tersebut. Mulai dari 2017 Banwaslu telah sibuk dengan perencanaan dan persiapan. Para politisi yang mulai sosialisasi ke masyarakat. Ada yang memulai dengan mengadakan acara-acara pertemuan atau syukuran, menghadiri majelis taklim untuk mendekati dan mendapat simpati masyarakat. Dan juga melalui pemasangan spanduk, baliho dan poster dimana-mana.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis semakin tertarik dalam melakukan penelitian pada aspek-aspek yang menjadi peranan penting dalam mengkonstruksi bentuk iklan yang ditayangkan di media televisi, karena berhubungan dengan jurusan perkuliahan yang penulis ambil. Tentunya didalam iklan yang ditayangkan diharapkan dapat mempersuasi penonton, sebagaimana fungsi siaran televisi adalah sebagai media rekam dan dengar yang dapat membuat penonton menjadi lebih mudah mengerti dengan apa yang mereka lihat dan mereka dengar.

Berdasarkan pembahasan diatas, penulis menulis sebuah penelitian dengan judul "*Iklan Layanan Masyarakat Komisi Pemilihan Umum dalam Konstruksi Pesan Iklan Politik di Inews TV Padang*".



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penulisan ini yaitu, bagaimana iklan televisi dapat menjadi sebuah tayangan dalam konstruksi pesan yang terdapat pada iklan layanan masyarakat Komisi Pemilihan Umum di Inews TV Padang.

C. Tujuan Dan Manfaat

Berdasarkan kepada penelitian yang diangkat, ada beberapa tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, yaitu:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Penelitian ini penulis lakukan bertujuan untuk mengangkat pengetahuan mengenai konstruksi pesan.
 - b. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memberi tahu kepada pembaca yang belum mengetahui bagaimana mewujudkan sebuah pesan iklan yang dapat membangun penontonnya.
 - c. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengaplikasikan ilmu yang penulis dapatkan selama perkuliahan.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Bagi Penulis
 - 1) Untuk mengetahui konstruksi pesan dalam iklan televisi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

- 2) Untuk mengetahui teknik penyajian iklan di televisi.
 - 3) Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai konstruksi pesan iklan di media televisi.
- b. Bagi lembaga/Instansi
- 1) Untuk menjalin kerjasama dengan pihak lembaga yang diteliti untuk penelitian serta dunia kerja pada iklan televisi.
 - 2) Agar tulisan karya ilmiah ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa selanjutnya yang meneliti persoalan yang sama.
- c. Bagi Masyarakat
- Untuk menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat mengenai proses produksi iklan televisi.

Manfaat lain yang diharapkan dalam penelitian ini adalah, agar dapat menjadi masukan kepada pihak lembaga yang diteliti dalam meningkatkan kinerja dalam penyampaian dan pengemasan iklan televisi tentang promosi yang ada di Sumatera Barat . Dan juga diharapkan dapat membuat iklan yang baik yang komunikatif pada masa yang akan datang.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk mendapatkan data awal, sebuah penelitian diawali dengan studi kepustakaan. Tinjauan pustaka berfungsi sebagai riset dan pengumpulan data terdahulu yang menyangkut dengan penelitian yang sedang dijalani. Tinjauan pustaka juga berguna untuk mengumpulkan konsep-konsep yang dapat digunakan dalam melakukan pembahasan. Disamping itu, tinjauan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

pustaka juga bertujuan untuk memastikan bahwa tidak akan terjadinya duplikasi dengan penelitian sebelumnya. Adapun sumber referensi yang dirujuk adalah sebagai berikut:

Hajrulidra Pratama dalam skripsinya "Konstruksi Lokalitas Sebagai Pembentuk Pesan Pada Iklan 'Sanjai Nitta' Produksi Triarga TV Bukittinggi", Jurusan Televisi dan Film Institut Seni Indonesia, menyimpulkan bahwa muatan lokal yang dikonstruksikan dalam beberapa item yaitu suara, musik, gambar, dan juru bicara (*brand endorser*). Konstruksi dengan menonjolkan muatan lokal tersebut sejalan dengan tujuan Triarga TV sebagai stasiun televisi lokal yang harus memiliki dan mengangkat muatan lokal di setiap program yang dihasilkannya. Skripsi ini membahas tentang produksi iklan lokal di Triarga TV. Penulis mengambil rujukan pada skripsi ini, karena bahasan yang akan penulis angkat dalam penelitian ini terdapat persamaan dalam membahas produksi iklan sebagai referensi penulis dalam melanjutkan tulisan ini.

Kustadi Suhandang, dalam bukunya *Periklanan, Manajemen, Kiat dan Strategi* menjelaskan tentang manajemen periklanan, kiat dalam membuat keputusan iklan serta menyusun strategi dalam proses pembuatan iklan. Penulis menggunakan buku ini sebagai referensi karena tulisan dalam buku ini berkaitan dengan penelitian penulis yang mengangkat tentang proses pembuatan iklan. Dalam skripsi ini membantu penulis dalam membahas proses pembuatan iklan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

Buku *Rumah Iklan* yang ditulis oleh Matari, menjelaskan tentang periklanan di Indonesia. Mulai dengan sejarah periklanan di Indonesia dan bagaimana membangkitkan kembali perusahaan periklanan yang sempat tidak boleh ditayangkan di televisi Indonesia. Tapi kebangkitan periklanan di Indonesia kembali setelah beberapa pengiklan sadar bahwa televisi merupakan pilihan terbaik untuk dijadikan media pemasaran.

Dalam bukunya Rusman Latief Dan Yusiatie Utud yang berjudul *Siaran Televisi Non Drama*, yang membahas tentang siaran-siaran televisi yang dikategorikan siaran nondrama. Dalam buku ini penulis mengambil penjelasan mengenai kategori iklan layanan masyarakat, karena penelitian merupakan iklan layanan masyarakat. Rusman Dan Yusiatie menerangkan mengenai iklan layanan masyarakat dan kategori yang masuk kedalam iklan layanan masyarakat.

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas, maka informasi-informasi yang terdapat didalamnya dapat dijadikan sumber informasi dan pedoman untuk membahas masalah yang sedang diteliti dan mendukung dalam proses penelitian.

E. LANDASAN TEORI

Untuk mengarahkan penelitian dan mempertajam dalam menjawab pertanyaan dari rumusan masalah, teori merupakan kerangkanya. Hal ini juga sebagai tanggung jawab bagi penulis berdasarkan konsep dan kaidah-kaidah analisis ilmu pengetahuan. Selain itu, teori inilah yang nantinya akan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

digunakan untuk memecahkan masalah yang kemudian dikemas sedemikian rupa, sehingga dapat digunakan sebagai pisau bedah analisis dalam mengkaji permasalahan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan yaitu membahas tentang periklanan. Sugiyono menyatakan teori adalah sebagai berikut :

Teori adalah alur logika atau penalaran, yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proporsisi yang disusun secara sistematis. Secara umum, teori mempunyai tiga fungsi, yaitu untuk menjelaskan (*explanation*), meramalkan (*prediction*), dan pengendalian (*control*) suatu gejala⁴.

Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bersifat politis, informatis, hiburan dan pendidikan bahkan gabungan dari ketiganya. Jefkins berpandangan bahwa:

Komunikasi yang efektif senantiasa sangat ditentukan oleh perpaduan kata-kata dan gambar, sehingga tepat apabila media televisi dipilih sebagai sarana penyampaian iklan. Penyampaian isi pesan didalam penayangan iklan di televisi seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Maksud dari iklan yang disampaikan akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual⁵.

Maka dalam penelitian ini, penulis memilih menggunakan teori periklanan untuk menelaah lebih jauh mengenai iklan layanan masyarakat yang akan penulis buat. Kedua, penulis memilih teori *mise en scene* dan suara untuk membahas mengenai aspek yang mempengaruhi sebuah iklan layanan masyarakat.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta,2009)54

⁵Frank Jefkins, *Periklanan, terj. Haris Munandar* (Jakarta:Erlangga, 1997), 20.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Himawan Pratista menyebutkan bahwa *mise en scene* adalah segala hal yang terletak di depan kamera yang akan diambil gambarnya dalam sebuah produksi film⁶. *Mise en scene* mempunyai peran penting dalam produksi sebuah iklan, karena seluruh bagian dari gambar merupakan unsur dari *mise en scene*, mulai dari setting lokasi yang menjadi bagian dari cerita sampai kepada pergerakan pemain. Unsur *mise en scene* didukung dengan adanya unsur sinematik lainnya, salah satunya adalah aspek suara, seperti yang akan penulis jabarkan pada bab pembahasan.

Pengantar Memahami Semiotika Media, pengarang Marcel Danesi, (2002, terjemahan A. Gunawan Admiranto), disebutkan disini bahwa iklan telah memberi dampak tertentu bagi sosial masyarakat serta terhadap perubahan budaya masyarakat melalui tekstualitas dan visual yang ditampilkan di media televisi sebagai media komunikator.

Sebagai teori pendukung, penulis juga menggunakan teori komunikasi dalam pengupasan masalah. Dalam buku *Manajemen Media Penyiaran*, pengarang Morissan, M.A, juga diterangkan mengenai penyiaran dalam teori komunikasi. Sebagaimana dalam sebuah manajemen, komunikasi merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam mencapai tujuan terhadap audien.

⁶Himawan Pratista, *Memahami Film* (Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008), hal 61



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

F. METODE PENELITIAN

1. Objek penelitian

Objek yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah program iklan layanan masyarakat di INews TV yaitu iklan KPU. Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan kepada aspek visual dan audio yang terdapat dalam iklan ini.

2. Jenis penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif interpretatif, yaitu metode yang melukiskan objek penelitian sesuai dengan fakta-fakta yang ada pada iklan dan hasilnya merupakan deskripsi yang melibatkan interpretasi penulis. Dalam metode deskriptif interpretatif penulis mengambil analisis wacana kritis untuk mengungkapkan bagaimana aspek visual dan audio yang dimunculkan pada televisi.

3. Sumber Data

Sebagaimana Sugiyono menyatakan sumber data dapat dibedakan menjadi dua hal sebagai berikut:

“bila dilihat dari sumber datanya maka pengumpul data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen”⁷.

⁷Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 224-225



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber*
- 2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya*
- 3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang*

a. Data Primer

Data primer diperoleh dari teks-teks yang ada pada iklan yang ditayangkan. Dengan meneliti video, audio dan teks yang terdapat didalam iklan yang tayang.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari buku-buku kepustakaan dan situs-situs internet seperti Jurnal, Artikel yang mempunyai kaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mencari data-data yang berhubungan dengan judul yang diangkat. Studi pustaka juga dapat diperoleh dari buku, artikel dan skripsi yang mempunyai penulisan yang berkaitan dengan tulisan penulis. Tentu saja isian tidak sama, hanya mengambil referensi karena mempunyai pembahasan atau objek yang sama.

b. Wawancara

Selain dari studi pustaka, data dan bahan-bahan penulis dapatkan dari melakukan wawancara dengan beberapa narasumber dan tentunya juga pihak yang memproduksi iklan. Wawancara dilakukan untuk dapat lebih memperjelas dan mendapatkan beberapa informasi yang tidak terdapat dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber*
- 2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya*
- 3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seijin ISI Padangpanjang*

kepustakaan. Dalam hal ini penulis menggunakan wawancara tidak terstruktur, karena penulis menggunakan beberapa narasumber dan sumber data yang berbeda-beda yang terkait dengan produksi iklan.

Narasumber yang penulis ambil dalam proses wawancara ini yaitu Kabiro Inews TV yaitu Agung Sulisty, kameramen Qodri. Wawancara juga melibatkan beberapa orang yang tergabung dalam bagian produksi acara televisi seperti; Arif, Editor ANTV, dan produser PT.Irama Channel, Erizon.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa gambar dan video yang telah penulis dapatkan dari stasiun tv bersangkutan. Selain itu, teknik pengumpulan data dapat berupa dokumen-dokumen atau buku-buku referensi penelitian.

d. Observasi

Setelah mendapatkan dokumentasi yang dibutuhkan, penulis kemudian mulai untuk meneliti dan mempelajari setiap dokumentasi tersebut. Disamping itu penulis juga melakukan observasi terhadap video yang penulis dapatkan dari pihak Inews TV Padang. Meskipun penulis tidak melakukan observasi secara langsung kelapangan, namun dengan penulis hanya cukup melakukan observasi pada video iklan yang telah diproduksi. Dengan melakukan observasi pada video, penulis dapat mengetahui



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

dan mengambil kesimpulan sesuai dengan masalah yang sedang penulis angkat.

5. Teknik Analisis Data

Seperti yang dikatakan Janis McDrury (Collaborative Group Analysis of Data (1999) dalam bukunya Lexy J. Moleong, dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif yaitu: “tahapan analisis Data Kualitatif adalah 1) membaca/mempelajari data, menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada dalam kata; 2) mempelajari kata-kata kunci itu, berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari data; 3)menuliskan model yang ditemukan; 4) koding yang telah dilakukan.⁸

Penelitian ini menggunakan analisis teks yang bertujuan mengungkap makna dan itu bisa dilakukan dengan menganalisa bahasa secara kritis. Teks dalam hal ini bukan hanya tulisan tapi mengacu pada bahasa yang digunakan oleh media. Menurut Guy Cook dalam bukunya Alex Soburmengartikan teks sebagai semua bentuk bahasa, bukan kata-kata yang tercetak di lembar kertas, tetapi juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra dan sebagainya.⁹

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebuah iklan layanan masyarakat yang menjadi minat banyak penonton. Sementara itu yang penulis analisis adalah muatan-muatan teks berupa tulisan, gambar, suara untuk mengungkap konstruksi pesan dalam iklan.

⁸Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.2007, PT. Remaja Rosdakarya, Hal 248

⁹Alex Sobur, *Analisis Teks Media*.2001. Rosda, Hal 56



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seijin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

Selanjutnya dilakukan pemilihan dan pengelompokan data penelitian berdasarkan pengamatan pada iklan yang dipilih sebagai sumber data.

Setelah semua data selesai disusun atau dikelompokkan, penulis melakukan analisis sesuai dengan teori yang telah ditetapkan. Setelah melakukan analisis sesuai dengan teori yang telah ditetapkan, maka ditarik suatu kesimpulan mengenai konstruksi pesan dan muatan gambar dan suara yang terdapat dalam iklan televisi.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Bab I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II OBJEK PENELITIAN

Menjelaskan secara umum tentang Inews TV Padang. Dan dilanjutkan dengan Iklan KPU di Inews TV Padang.

Bab III PEMBAHASAN

Berisikan tentang konstruksi pesan iklan politik pada Iklan KPU.

Bab IV KESIMPULAN DAN SARAN.



Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

Pada bagian akhir ini dimuat seperti kepustakaan, glosarium, lampiran, dan keterangan lainnya yang berhubungan dengan topik pembahasan guna untuk melengkapi uraian yang disajikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber*
- 2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya*
- 3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang*