



**INTERPRETASI KHALAYAK TERHADAP IKLAN RAMAYANA VERSI  
#KERENLAHIRBATIN MENYAMBUT LEBARAN DI YOUTUBE**  
(Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Unsur Humor Verbal & Nonverbal)

Nama: Mochamad Pasha Attamimi  
NIM: 1510411068



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

## **PERSEMBAHAN**

*Kupersembahkan skripsi ini untuk keluargaku yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan pendidikan.*

*Untuk Teman Pekerjaanku Caribou Coffee Cilandak Town Square dan juga Ipil dan Basjok yang membantuk penulis dalam segala aspek.*

*Untuk Novia Utami sebagai teman hidup penulis yang menemani mengerjakan penulisan ini, penemu solusi dan juga selalu ada untuk menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi ini.*

*Bukan Seberapa banyak ilmu yang di pelajari.*

*Tapi Seberapa banyak ilmu itu di terapkan.*

*Bukan Seberapa tinggi tingkat pendidikan yang di capai.*

*Tapi seberapa besar manfaat ilmu itu dirasakan olehnya dan lingkungannya.*

*Semoga Ilmu ini bermanfaat.*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Mochamad Pasha Attamimi  
NRP : 1510411068  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK DALAM IKLAN RAMAYANA VERSI #KERENLAHIRBATIN MENYAMBUT LEBARAN (Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Unsur Humor Verbal & Nonverbal)**


Telah di setujui oleh pembimbing untuk diujikan dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 (satu) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta.

Pembimbing Skripsi Utama,



**(Dra. Rini Riyantini, M. Si)**

Pembimbing Skripsi Pendamping,



**(Ahmad Zakki. A, M. Si)**

Ketua Program Studi



**(Azwar, M. Si)**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri ,semua data , dan sumber yang dikutip maupun yang dirujuk ini telah saya nyatakan adalah benar. Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Mochamad Pasha Attamimi

NRP : 1510411068

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Januari 2019

Yang Menyatakan,



Mochamad Pasha Attamimi

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan doa kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunianya. Sehingga skripsi berjudul **“INTERPRETASI KHALAYAK DALAM IKLAN RAMAYANA VERSI #KERENLAHIRBATIN MENYAMBUT LEBARAN DI YOUTUBE (Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Unsur Humor Verbal & Nonverbal)”** ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah di tentukan.

Berbagai hambatan serta kesulitan telah peneliti hadapi dengan baik dalam penyusunan skripsi ini, namun semuanya dapat penulis lalui berkat dorongan dan semangat banyak pihak yang sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada: Dra. Rini Riyantini, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Utama, Ahmad Zakki. A, M.Si. Dosen pembimbing pendamping, orang tua ,kakak Dan pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Jakarta, 18 Januari 2019



Mochamad Pasha Attamimi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mochamad Pasha Attamimi  
NRP : 1510.411.068  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **INTERPRETASI KHALAYAK DALAM IKLAN RAMAYANA VERSI #KERENLAHIRBATIN MENYAMBUT LEBARAN DI YOUTUBE (Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Unsur Humor Verbal & Nonverbal)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang Menyatakan.



Mochamad Pasha Attamimi

**INTERPRETASI KHALAYAK DALAM IKLAN RAMAYANA VERSI  
#KERENLAHIRBATIN MENYAMBUT LEBARAN DI YOUTUBE  
(Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Unsur Humor Verbal &  
Nonverbal)**

**Mochamad Pasha Attamimi**

**Abstrak**

Iklan *Ramayana* Versi #Kerenlahirbatin Menyambut Lebaran Di Sosial Media Youtube memiliki konsep iklan yang menarik perhatian penonton untuk melihatnya karena menggunakan konsep iklan yang berunsur humor dengan pendekatan Parodi VCD Karoke Qasidah. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui interpretasi Khalayak (Informan) terhadap dalam iklan *Ramayana* versi #KerenLahirBatin menyambut lebaran di Youtube secara verbal, Mengetahui interpretasi Khalayak (Informan) terhadap dalam iklan *Ramayana* versi #KerenLahirBatin menyambut lebaran di Youtube secara nonverbal, dan Menggambarkan khalayak/informan dominant, bernegosiasi, dan oposisional. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi, dalam analisis resepsi terdapat proses analisis dari Encoding (Iklan *Ramayana*) , dan juga Decoding (Interpretasi Khalayak). Dalam encoding dianalisa menggunakan Teori Kode Verbal & Nonverbal untuk menganalisis isi pesan pada iklan *Ramayana* versi #Kerenlahirbatin menyambut lebaran di youtube dari aspek verbal dan juga nonverbal. Dalam Decoding menggunakan Teori Penerimaan Pesan (*Reception Theory*) untuk mengetahui pemaknaan khalayak secara spesifik, produksi dan pengalaman khalayak dalam hubungannya berinteraksi dengan isi media (Iklan). Proses ini ditujukan kepada komunikan yang melakukan decoding terhadap pesan yang diterima. Sehingga hal tersebut memunculkan tiga kategorisasi pemaknaan oleh khalayak, yaitu *Dominant, Negotiated, dan Oppositional*.

Kata kunci : Resepsi, Khalayak, Iklan

**INTERPRETATION PUBLIC IN RAMAYANA ADVERTISING**  
**#KERENLAHIRBATIN VERSION WELCOME LEBARAN IN YOUTUBE**  
**(Study of Analysis of Audience Reception on Humour Elements Verbal &**  
**Nonverbal)**

**Mochamad Pasha Attamimi**

**Abstract**

*Ramayana Version #Kerenlahirbatin Advertisements Welcome Eid on Social Media Youtube has an advertising concept that draws the attention of viewers to use humorous advertising concepts using the Karoke Qasidah VCD Parody. This study aims to determine the interpretation of the audience (informants) on the Ramayana advertisement version #KerenLahirBatin welcoming Lebaran on Youtube verbally, Knowing the interpretation of the Audience (Informants) in the Ramayana advertisement version #KerenLahirBatin getting Lebaran on Youtube nonverbally, and exploring dominant audiences / informants, negotiate, and opposition. This study uses reception analysis, in the acceptance analysis which is carried out an analysis process of Encoding (Ramayana Ads), and also Coding (Audience Interpretation). In the encoding it was analyzed using the Verbal & Nonverbal Code Theory to analyze the message content in the #Kerenlahirbatin version of the Ramayana advertisement welcoming Lebaran on YouTube from verbal and nonverbal aspects. In Decoding using Message Receipt Theory (Receipt Theory) to find out the meaning of the audience specifically, the production and experience of the audience in participation that helps with the content of the media (Advertisements). This process is conveyed to the communicant who decodes the received message. How this raises three categories of meaning by the audience, that is Dominant, Negotiated, and Opposition.*

*Keywords: Advertising, Reception, Public*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
1.1. Signifikansi Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
1.6. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Konsep - Konsep Penelitian .....	10
2.2.1 Periklanan .....	10
2.2.2 Iklan di Media Online .....	12
2.2.3 Humor .....	13
2.2.4 Iklan Humor .....	14
2.2.5 Humor Verbal & Nonverbal .....	16
2.2.6 Khalayak .....	17
2.3 Teori Penelitian.....	18
2.3.1 Teori Penerimaan Pesan ( <i>Reception Theory</i> ) .....	18
2.3.2 Teori Kode Verbal & Nonverbal.....	20

	2.4 Kerangka Berpikir.....	26
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	
	3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	27
	3.2 Objek Penelitian & Unit Analisis .....	27
	3.2.1 Objek Penelitian.....	27
	3.2.2 Unit Analisis.....	28
	3.3 Metode Pengumpulan Data .....	36
	3.3.1 Wawancara Mendalam ( <i>Indepth Interview</i> ).....	36
	3.4 Teknik Analisis Data.....	38
	3.4.1 Encoding Iklan <i>Ramayana</i> ( Teori Kode Verbal & Nonverbal ) .....	38
	3.4.2 Decoding Pemaknaan Khalayak (Teori Kode Verbal & Nonverbal) .....	38
	3.5 Teknik Keabsahan Data.....	39
	3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	
	4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	41
	4.2 Hasil Penelitian .....	42
	4.2.1 <i>Encoding</i> Iklan <i>Ramayana</i> Versi #Kerenlahirbatin Menyambut Lebaran Di Youtube.....	43
	4.2.2 <i>Resepsi</i> Informan terhadap Iklan <i>Ramayana</i> Versi #Kerenlahirbatin Menyambut Lebaran Di Youtube.....	64
	4.3 Pembahasan.....	73
	4.3.1 Penonton Dominant .....	75
	4.3.2 Penonton Bernegosiasi .....	76
	4.3.3 Penonton Oposisional .....	77
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	
	5.1 Kesimpulan.....	79
	5.2 Saran .....	80

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL 1</b>	<b>PENELITIAN TERDAHULU .....</b>	<b>9</b>
<b>TABEL 2</b>	<b>DESKRIPSI BREAKDOWN CERITA IKLAN RAMAYANA .....</b>	<b>28</b>
<b>TABEL 3</b>	<b>TAHAPAN PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
<b>TABEL 4</b>	<b>TABEL ANALISIS TAYANGAN IKLAN RAMAYANA VERSI #KERENLAHIR MENYAMBUT LEBARAN.....</b>	<b>43</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR 1 KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>9</b>
<b>GAMBAR 2 CONTOH <i>MEME</i> IBU – IBU RICE COOKER DI SALAH SATU WEBSITE.....</b>	<b>63</b>
<b>GAMBAR 3 PENGGUNAAN TALENT IBU – IBU QASIDAH <i>RAMAYANA</i> DI SALAH SATU STASIUN TELEVISI.....</b>	<b>65</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN 1. Lembar Penjelasan
- LAMPIRAN 2. Lembar Persetujuan Menjadi Informan
- LAMPIRAN 3. Naskah Penjelasan
- LAMPIRAN 4. Pedoman Wawancara
- LAMPIRAN 5. Transkrip Wawancara