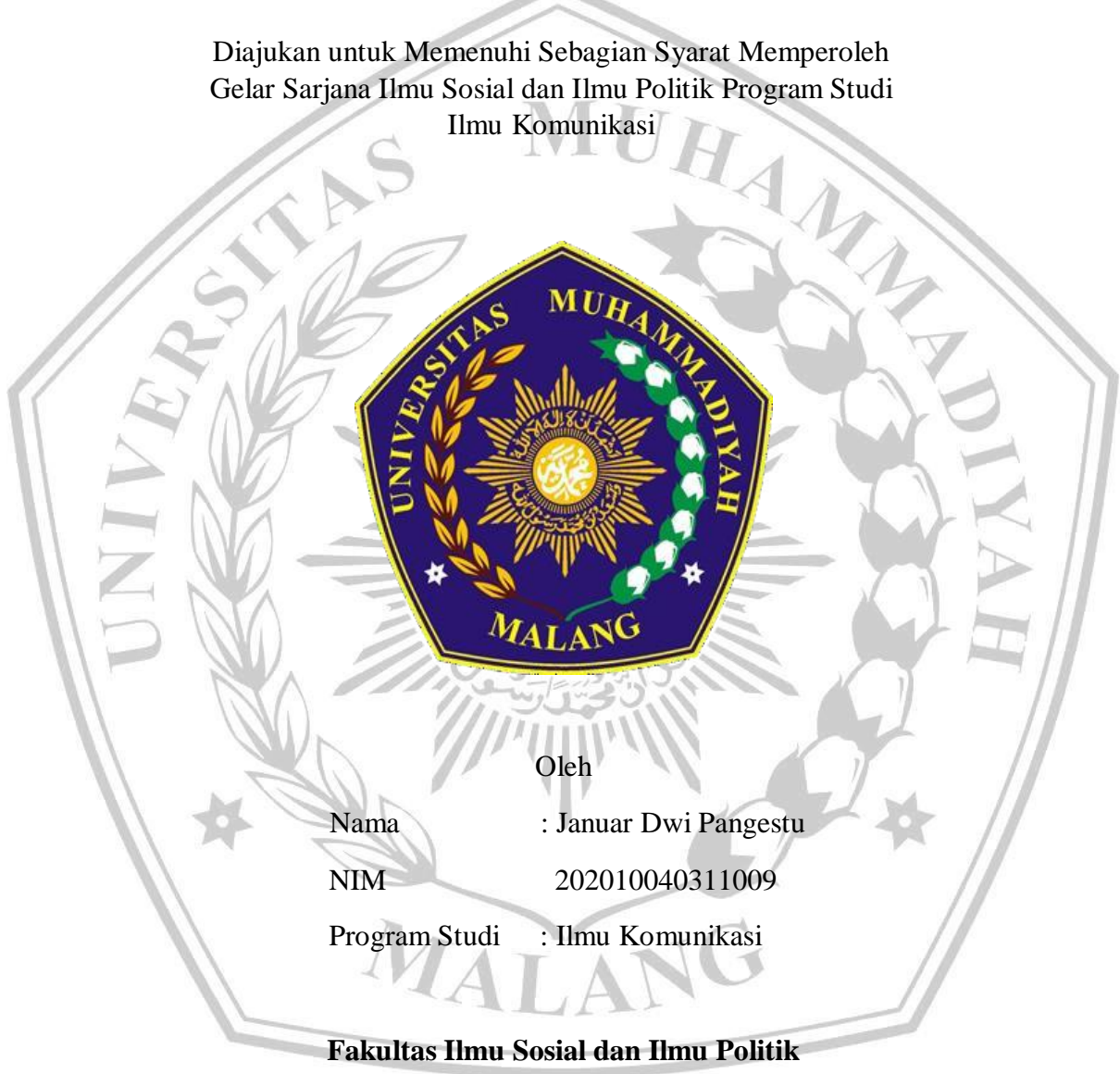


**PENERIMAAN KHALAYAK MELALUI IKLAN MARJAN TAHUN 2023 “BARUNA
SANG PENJAGA SAMUDERA” BERKAITAN DENGAN PENGGUNAAN CGI**

(Studi Resepsi Pada Mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2020 Peminatan Public Relation, Audio Visual, dan Jurnalistik Universitas Muhammadiyah Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi
Ilmu Komunikasi



Oleh

Nama : Januar Dwi Pangestu

NIM : 202010040311009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Tahun 2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Januar Dwi Pangestu
NIM : 202010040311009
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Penerimaan Khalayak Pada Penggunaan CGI Melalui Iklan Marjan Tahun 2023
"Baruna Sang Penjaga Samudera" (Studi Resepsi Pada Mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2020 Peminatan Public Relation, Audio Visual, dan Jurnalistik Universitas Muhammadiyah Malang)

Disetujui,
Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI
PENERIMAAN KHALAYAK MELALUI IKLAN MARJAN TAHUN 2023
"BARUNA SANG PENJAGA SAMUDERA" BERKAITAN DENGAN
PENGUNAAN CGI.

Diajukan Oleh :

JANUAR DWI PANGESTU
202010040311009

Telah disetujui
Rabu, 10 Juli 2024

Pembimbing I



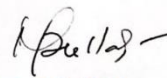
Widiva Yutanti, M.A (Hons)

Wakil Dekan I



Najamuddin Khatirur Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN


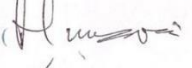
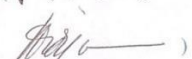
SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

JANUAR DWI PANGESTU
202010040311009

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 10 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Winda Hardyanti, M.Si** ()
2. **Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si** ()
3. **Widiya Yutanti, M.A. (Hons)** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Rizal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT PERNYATAAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Januar Dwi Pangestu
NIM : 202010040311009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Penerimaan Khalayak Pada Penggunaan CGI Melalui Iklan Marjan Tahun 2023 “Baruna Sang Penjaga Samudera” adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Januar Dwi Pangestu



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 466 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK SKRIPSI

ABSTRAK

(Januar Dwi Pangestu, 2024) 202010040311009 Penerimaan Khalayak Pada Penggunaan CGI Melalui Iklan Marjan Tahun 2023 “Baruna Sang Penjaga Samudera”, studi resepsi pada mahasiswa/i Peminatan Audio Visual, Public Relation, dan Jurnalistik Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang dengan total sebanyak 101 halaman serta jumlah referensi sebanyak 22 pada daftar pustaka.

Marjan terus berinovasi dalam melakukan promosi dengan menggunakan CGI terlebih pada seri iklan di tahun 2023. Dengan meningkatkan promosi menggunakan CGI, Marjan tetap mengedepankan kearifan lokal tanpa menghilangkan pesannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemaknaan mahasiswa/i prodi Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2020 terhadap pesan yang disampaikan dalam penggunaan CGI melalui promosi iklan Marjan tahun 2023.

Teori yang digunakan adalah teori resepsi, fokus perhatian dari teori resepsi ini terdapat pada penerimaan sebuah teks. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi. Kemudian menggunakan tipe interpretatif dan dasar penelitian yang digunakan yaitu studi resepsi. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UMM dengan teknik purposive sampling dengan metode pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan FGD.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa audiens lebih mengingat iklan yang menggunakan CGI dibandingkan dengan iklan tradisional, kemudian audiens dapat menerima serta menjelaskan pesan yang disampaikan tetapi audiens merasa penggunaan CGI ini menjadi membingungkan tapi pesan yang disampaikan tetap bisa diterima. Sehingga perlu proses yang lebih untuk bisa menerima pesan yang disampaikan karena efek CGI yang digunakan dalam iklan Marjan tahun 2023 ini.

Kata Kunci: *Pemaknaan, Iklan, CGI*

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)
0721017801

Malang, 24 Juni 2024
Peneliti



Januar Dwi Pangestu
202010040311009

KATA PENGANTAR

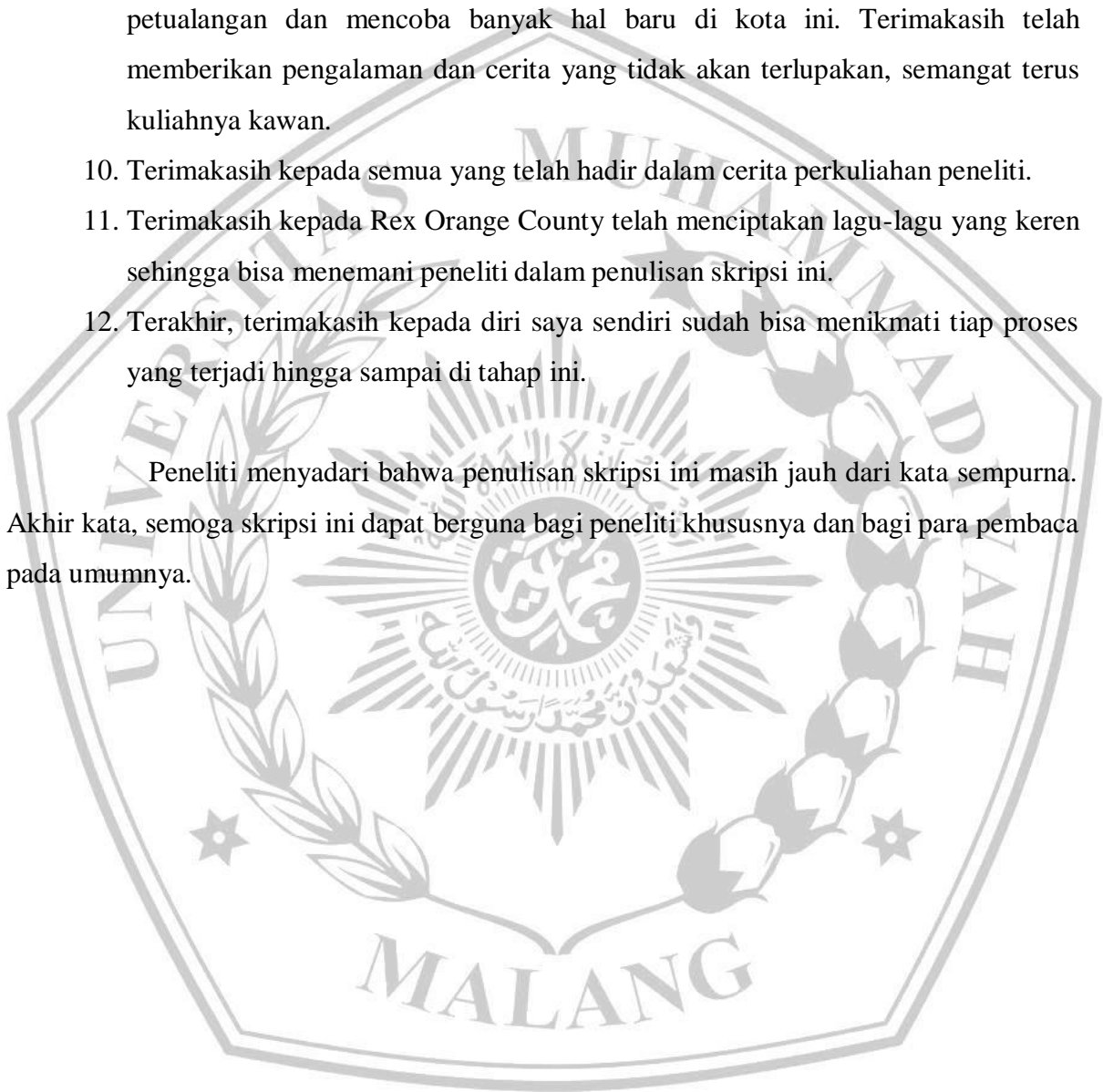
Puji syukur kehadiran Illahi Rabbi Allah Subhanahu Wata'ala. yang telah melimpahkan segala pertolongan, rahmat, dan Hidayah-Nya serta salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia., Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul PENERIMAAN KHALAYAK MELALUI IKLAN MARJAN TAHUN 2023 “BARUNA SANG PENJAGA SAMUDERA” BERKAITAN DENGAN PENGGUNAAN CGI (Studi Resepsi Pada Mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2020 Peminatan Public Relation, Audio Visual, dan Jurnalistik Universitas Muhammadiyah Malang)

Selama proses penyelesaian ini, peneliti telah menerima banyak sekali dukungan, bantuan, serta doa-doa dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pertama, peneliti mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada Allah Azza Wa Jalla, yang dengan segala Kuasa dan Rahmat-Nya memeberikan peneliti kekuatan dan kemudahan dalam setiap langkah pengerjaan penelitian ini.
2. Berterimakasih kepada kedua orang tua penulis, Bapak Masduki sosok pekerja keras dan pintar yang penuh kasih sayang dan perhatian untuk tetap mendukung anaknya berpendidikan tinggi. Juga kepada Ibu Sukarti, wanita hebat yang selalu kuat dan juga sholehah, yang baik hatinya tak pernah melupakan untuk selalu mendoakan anak-anaknya. Serta kakak saya Bayu yang telah memberi arahan kepada penulis dalam masa perkuliahan.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si., selaku Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Malang
5. Seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa studi.
6. Ibu Widiya Yutanti, M.A. (Hons) selaku Dosen pembimbing peneliti yang selalu memberikan nasihat dan saran untuk skripsi peneliti.

7. Kepada Calvin Mardiansyah dan M. Fhareza Zhary S, terimakasih telah menjadi partner perkuliahan mulai dari semester awal hingga saat ini.
8. Kepada Almasdya Putri Darii' Adzhani, Yulianna Salsabilla, dan Jihavika Nurul Masy Ulla, terimakasih telah membantu penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi hingga tahap ini.
9. Terimakasih teman-teman Kalimantan yang di Malang sudah menemani petualangan dan mencoba banyak hal baru di kota ini. Terimakasih telah memberikan pengalaman dan cerita yang tidak akan terlupakan, semangat terus kuliahnya kawan.
10. Terimakasih kepada semua yang telah hadir dalam cerita perkuliahan peneliti.
11. Terimakasih kepada Rex Orange County telah menciptakan lagu-lagu yang keren sehingga bisa menemani peneliti dalam penulisan skripsi ini.
12. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri sudah bisa menikmati tiap proses yang terjadi hingga sampai di tahap ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vii
LEMBAR PERSETUJUAN BEBAS PLAGIASI	viii
TANDA TERIMA PLAGIASI	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	x
ABSTRAK SKRIPSI	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Pengertian Terkait Konsep Dasar Penelitian	12
2.2.1 Resepsi	12
2.2.2 Computer Generated Imagery (CGI)	13
2.2.3 Iklan	14
2.3 Basis Teori	14
2.4 Fokus Penelitian	17
2.5 Asumsi Dasar	17
BAB III	18
3.1 Paradigma Penelitian	18
3.2 Pendekatan Penelitian	18

3.3	Tipe dan Dasar Penelitian.....	19
3.4	Waktu dan Tempat Penelitian.....	19
3.5	Subyek Penelitian.....	19
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	20
3.7	Teknik Analisis Data.....	21
3.8	Uji Keabsahan Data.....	24
BAB IV.....		25
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		25
4.1	Tentang Iklan Marjan “Baruna Sang Penjaga Samudera”.....	25
4.2	Profil Subjek Penelitian.....	26
4.3	Temuan Penelitian.....	32
4.3.1	Analisis Resepsi.....	32
4.3.2	Hasil Wawancara.....	33
4.4	Pembahasan.....	42
BAB V.....		47
PENUTUP.....		47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran.....	49
5.2.1	Saran Akademis.....	49
5.2.2	Saran Praktis.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN.....		54
Lampiran 1. Interview Guide.....		54
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....		56
Lampiran 3. Coding.....		77

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Subjek Penelitian27
Tabel 4. 2 Perbandingan Preferred Reading38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....3
Gambar 3. 1.....22



DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah dkk. (2024). TOLERANSI DALAM KEHIDUPAN SOSIAL. *Edunomika*, 8(1), 2.
- Sasha, V. (2024, 4 Oktober). *CGI Adalah: Pengertian, dan Bagaimana Cara Kerjanya Bikin Film Jadi Luar Biasa!*. Diakses Pada 26 Januari 2024, dari <https://id.linkedin.com/pulse/cgi-adalah-pengertian-dan-bagaimana-cara-kerjanya-bikin-rizka-della>
- topbrand-award.com. (2022). Komparasi Brand Index. Diakses pada 26 Januari 2024, dari https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_sukategori=436
- Rahmawati, E. (2023, 4 Maret). *Viral! Iklan Marjan Menggunakan Teknologi CGI, Visualnya Serupa Film Box Office*. Diakses pada 26 Januari 2024, dari <https://www.ihwal.id/teknologi/6827842890/viral-iklan-marjan-menggunakan-teknologi-cgi-visualnya-serupa-film-box-office>
- Salsabila. (11 April 2023). *Data Penjualan 5 Top Brand Sirup Selama Ramadhan 2023*. <https://compas.co.id/article/top-brand-sirup/>
- Muthiah, F. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran MAD For Makeup dalam Menciptakan *Brand Image* Sebagai Merek Kosmetik Untuk Gen Z. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 1132
- Arie, M. & Subur, M. (2022). Kegiatan Employee Relations yang Dilakukan oleh Kedai Lyke Eat. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 480-486.
- Susandijani. (13 Januari 2017). *3 Kunci Penting Berinteraksi Dengan Gen Z*, <https://gaya.tempo.co/read/835585/3-kunci-penting-berinteraksi-dengan-gen-z>
- Penelitian Meilasari, S. & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstick Feel The Color”. *Journal Komunikasi*, 11(1), 1-8.

- Pertiwi dkk. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton Terhadap Konflik Keluarga Dalam Film “Dua Garis Biru”. *Jurnal Audiens*, 1(1), 1-8.
- Pramulyasari & Amalia. (2021). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Iklan IM3 Ooredoo Versi Ramai Sepi Bersama. *Journal of Strategic Communication*, 12(1), 61-71.
- Tutik, Annisa, D., Fitriani, Nur., & Inderasari, E. (2020). Variasi dan Fungsi Ragam Bahasa Pada Iklan dan Slogan Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(2), 137-148.
- Inriyanti, E. A, Fitriana, dan L. Nayiroh. (2022). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Somethinc x Lifnie Sanders. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. 9(2), 822-827.
- Hariyanto, K. R. (2022). STUDI RESEPSI IKLAN TVC ROKOK U-MILD. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*. 4(2), 73-87
- Haryono, Cosmos. (2020). RAGAM METODE PENELITIAN KUALITATIF KOMUNIKASI. Sukabumi: CV Jejak, anggota IKAPI.
- Fitriya, S. G., & Sumardjijati, S. (2023). Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Iklan Citra “Ragam Cantik Indonesia”. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 7657-7664.
- Utami, R. I., & Herdiana, A. (2021). Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 3(2), 509-520.
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film *Get Out*). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127-134.
- Utami, N. dan Winduwati, S. (2022). Pemaknaan Khalayak Pada Iklan Animasi Gojek Versi Pevita Pearce Dan Joe Taslim. *Jurnal Administrasi*. 6(1), 121-127.
- Rijali, A. (2010). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81-95.
- Machmud, Muslimin. (2018). Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah. Malang: Penerbit Selaras.

Oktaviani, Intan. (2022). ANALISIS RESEPSI KONSUMEN PADA IKLAN
INSTAGRAM KAFE PRAY COFFE & EATERY TEMBALANG, KOTA
SEMARANG. (Skripsi Sarjana, Universitas Semarang).



TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Januar Dwi Pangestu

NIM : 202010040311009

Hasil Plagiasi : $\frac{24}{6}$

BAB I	6			
BAB II	9			
BAB III	14			

$\frac{24}{6}$

BAB IV	5			
BAB V	9			
BAB VI				

Malang, 22 Juni 2024

Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki

