

**ANALISIS PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP  
FOTO IKLAN ROKOK SURYA PRO MILD  
EDISI “PASTI MENANG BANYAK”**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**



**OLEH:  
ZALNA GINA SONIA  
NIM. 18152108**

**JURUSAN SENI MEDIA REKAM FAKULTAS  
SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA (ISI)  
SURAKARTA  
2023**

## ABSTRAK

### ANALISIS PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP FOTO IKLAN ROKOK SURYA PRO MILD EDISI PASTI MENANG BANYAK

Disinyalir meningkatnya jumlah perokok di Indonesia, salah satu penyebabnya adalah keterpaparan iklan. Pemerintah menerbitkan PP No. 109 Tahun 2012 untuk melakukan pengendalian materi iklan sehingga banyak rokok yang menghadirkan iklan *display* dengan berbagai tema dan ide kreatif serta memiliki visual yang menarik. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah foto iklan rokok Surya Pro Mild edisi Pasti Menang Banyak disegmentasikan untuk kalangan muda usia 18-25 tahun.

Menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam kepada narasumber. Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah khalayak remaja akhir terdiri dari 4 orang mahasiswa program studi fotografi ISI Surakarta dan juga 4 orang pekerja. Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan faktor yang menarik perhatian khalayak remaja akhir terhadap foto iklan rokok Surya Pro Mild edisi Pasti Menang Banyak dan juga persepsi yang terbentuk. Dianalisis melalui tahapan persepsi Alex Sobur, unsur penyusun iklan *display* dan pendekatan fotografi dalam iklan.

Hasilnya menunjukkan bahwa faktor yang menarik perhatian khalayak remaja akhir dalam melihat foto iklan rokok Surya Pro Mild edisi Pasti Menang Banyak adalah teks *headline* dari segi efisiensi kata, menimbulkan rasa penasaran, melengkapi gambar kemudian pada gambar dari segi objek, warna, garis, teknik pengambilan gambar. Persepsi yang terbentuk terbagi menjadi 3 posisi, dilihat melalui pendekatan fotografi dalam iklan yaitu intelektual-faktual, emosional-sentimental, dan teknik fotografi. Pada pendekatan intelektual-faktual persepsi yang terbentuk adalah keunggulan produk walaupun pada foto iklan tersebut tidak menampilkan produk secara vulgar, kemudian pada emosional-sentimental adalah feminisme, maskulin, gaya hidup, ajakan. Persepsi yang terbentuk melalui pendekatan teknik fotografi adalah susunan komposisi foto mempunyai tujuan tertentu.

**Kata Kunci:** Foto iklan, Rokok, Persepsi, Khalayak

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Pernyataan .....	iii
Abstrak .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel .....	x
Daftar Bagan .....	xi

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Landasan Teori .....	9
1. Persepsi .....	9
2. Khalayak .....	13
3. Iklan .....	14
4. Pendekatan Fotografi dalam Iklan .....	30
G. Metode Penelitian .....	33
1. Jenis Penelitian .....	33
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	34
3. Sumber Data .....	36
4. Pengumpulan Data .....	36
5. Analisis data .....	40
H. Sistematika Penulisan .....	43

## **BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Khalayak Remaja Akhir Kota Surakarta .....	44
B. Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam Tbk .....	45
C. Rokok Surya Pro Mild .....	47
D. Deskripsi Foto Iklan Rokok Surya Pro Mild edisi Pasti Menang Banyak .....	50

## **BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Keterpaparan Khalayak Remaja Akhir Terhadap Foto Iklan Rokok Surya Pro Mild Edisi Pasti Menang Banyak Melalui Tahap Seleksi .....	55
B. Analisis Faktor Yang Menarik Perhatian Khalayak Remaja Akhir Terhadap Foto Iklan Rokok Surya Pro Mild Edisi Pasti Menang Banyak Melalui Tahap Interpretasi .....	59
C. Analisis Persepsi Khalayak Remaja Akhir Terhadap Foto Iklan Rokok Surya Pro Mild Edisi Pasti Menang Banyak Melalui Tahap Reaksi .....	76

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	90

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
-----------------------------	-----------

<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>94</b>
------------------------	-----------

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Astiti, Anin. (2017). *Fotografi Dasar*. Surakarta: ISI PRESS
- Baker, Stephen. (1961). *Visual Persuasion* . New York : McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Burhanuddin. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harsanto, Prayanto Widyo. (2016). *Retorika Visual Fotografis Dalam Iklan Koran* . Yogyakarta : PT. Kanisius.
- Hendrawan, Fery. (2014). *Secret of Beauty Retouch*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika .
- Kartika, Dharsono Sony. (2007). *Estetika* . Bandung: Rekayasa Sains Bandung.
- Kloskowski, M. (2012). *Photoshop Compositing Secret*. USA: Peachpit Press.
- Moelong, Lexy. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedi. (2002). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, R. A. (2006). *Kamus Fotografi* . Yogyakarta : Andi.
- Nugroho, Yulius Widhi. (2020). *Khazanah Fotografi dan Desain Grafis* . Yogyakarta: DeepPublish.
- Presiden Republik Indonesia. 2012. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan*. Jakarta: Pemerintah Presiden Republik Indonesia
- Peterson, Bryan. (2017). *Understanding Color*. California: Watson-Guption.
- Rahman, A. F. (2021). *Persepsi Khalayak Terhadap Program Citizen Journalism ( Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pendengar Radio di Kota Bandung )*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Skripsi program studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Bandung: Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- RI, Depkes. (2009). *Klasifikasi Umur Menurut Kategori* . Jakarta : Ditjen Yankes.

- Riyanto, Bedjo. (2019). *Siasat Mengemas Nikmat*. Yogyakarta: Dwi-Quantum
- Rozak, A. F. (2009). *Iklan Politik Caleg Dalam Persepsi Pemilih Pemula*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret.
- Shimp, Terence A. (2003). *Advertising, Promotion and Supplemental Aspect of Intergrated Communication*. (N. Mahanani, Ed., & D. A. Revyani Sahrial, Trans.) Jakarta : Erlangga
- Sobur, Alex. (2016). *Psikologi Umum*. Jawa Barat : CV Pustaka Setia.
- Sudarma, I. K. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABET.
- Sunardi, St. (2004). *Semiotika Negativa*. Yogyakarta : Penerbit Buku Baik .
- Susanto, Astrid S. (1989). *Komuniikasi Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Binacipta .
- Triadi, Darwis. (2013). *Secret Lighting*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widyatama, R. (2011). *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.

#### **Jurnal:**

- Afusa Nidya Kinasih, I., & Kusrini. (2017). *Aspek Persepsi Dan Emosi Dalam Foto Iklan Layanan Masyarakat " Safety Riding " Kajian Fotografi Dengan Perspektif Psikologi*. *Specta*, vol I. No. I, hal 69.
- Poniran. (2013). *Strategi The Boston Consulting Group Untuk Memastikan Kesiambungan Produk PT Gudang Garam Tbk Kediri*. *Wacana*, 16, 12.

#### **Internet:**

<https://www.behance.net/gallery/144190711/Surya-Pro-Mild-Pasti-Menang-Banyak-KV-2022/> diakses pada 22 Mei 2023

<https://dispendukcapil.surakarta.go.id/buku-data-agregrat-kependudukan-tahun-2022/> diakses 20 Mei 2023

<https://www.blibli.com/p/surya-pro-mild-16-bks/ps--TEI-70052-00420/> diakses 1 Januari 2023

<https://www.soocaphoto.com/ccomercial-photography-jenis-dari-fotografi-komersial> . Diakses 16 November 2023

[VOLIX. on Instagram: “This man climbs a billboard to show his love to @anyageraldine. Looks like nothing’s gonna stop him to “win more.” 📸”](#) . media sosial *instagram*. Diakses 06 November 2022

[www.gudanggaramtbk.com/](http://www.gudanggaramtbk.com/). Diakses 30 Januari 2023

[www.investasi.surakarta.go.id/](http://www.investasi.surakarta.go.id/) . Diakses 20 Mei 2023

[www.redaksi.pens.ac.id](http://www.redaksi.pens.ac.id) . Diakses 16 November 2023

[www.sehatnegeriku.kemkes.go.id/](http://www.sehatnegeriku.kemkes.go.id/) . Diakses 1 Mei 2023

### **Narasumber:**

Jesica Devin Santoso. 25 Tahun. Surakarta. Mahasiswa Program Studi Fotografi 2017.

Naufal Ahmad Baihaqi. 23 Tahun. Surakarta. Mahasiswa Program Studi Fotografi 2018.

Yasinta Dwi Maharani. 23 Tahun. Surakarta. Mahasiswa Program Studi Fotografi 2018.

Adhitya Bayu Febrianto. 24 Tahun. Surakarta. Mahasiswa Program Studi Fotografi 2018.

Rofi Nur Fatimah. 24 Tahun. Surakarta. Konten Kreator Wow Batik.

Yoki Osanai. 24 Tahun. Surakarta. Fotografer Komersial

Setyo Nur Setyawan. 24 Tahun. Surakarta. *Freelance Videographer*

Dinda Imroatul Bariroh. 24 Tahun. Surakarta. *Freelance Videographer*