

ADVERTISING - MANAGEMENT
METH IN MASS MEDIA

RE.
Feb. 5. 09/04
Lili
P

PENGGAMBARAN PERANAN PRIA DALAM IKLAN

(Studi Deskriptif Penggambaran Peranan Pria dalam Keluarga Berencana melalui Tayangan Iklan Layanan Masyarakat yang Diproduksi oleh BKKBN Jawa Timur di Televisi)

SKRIPSI



Oleh :

SAM ANINDITO

079615110



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

PENGGAMBARAN PERANAN PRIA DALAM IKLAN

(Studi Deskriptif Penggambaran Peranan Pria dalam Keluarga Berencana melalui Tayangan Iklan Layanan Masyarakat yang Diproduksi oleh BKKBN Jawa Timur di Televisi)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh :

SAM ANINDITO

079615110

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

Halaman Pengesahan

Setuju untuk diujikan



Surabaya, 14 Januari 2004

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Andarini", with a long horizontal stroke extending to the right.

(Dra.S.S. Andarini, SU.)

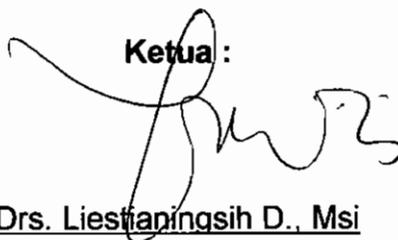
NIP 130 873 458

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim Komisi Penguji Penulisan Skripsi

Pada: Hari Rabu, Tanggal 14 Januari 2004

Tim Komisi Penguji Penulisan Skripsi

Ketua :



Drs. Liestianingsih D., Msi

NIP. 131 801 410

Anggota I :



Drs. Suko Widodo, MA.

NIP. 131 999 638

Anggota II :



Drs. S.S. Andarini, SU

NIP. 130 873 458

ABSTRAK

Tugas layanan Keluarga Berencana (KB) antara lain berfungsi sebagai penyedia informasi dan bantuan bagi keluarga yang ingin membatasi jumlah anak yang dimiliki atau menjarangkan jarak kelahiran. Akan tetapi layanan ini dapat dikatakan cenderung ditujukan kepada kaum wanita. Masih rendahnya kesadaran pria untuk ber-KB itu terkait dengan kurangnya pemahaman kaum pria tentang kontrasepsi bagi pria, rendahnya minat suami dalam mengakses informasi tentang KB dan kesehatan reproduksi, peran tokoh agama yang masih kurang, sarana pelayanan KB bagi pria yang masih perlu ditingkatkan dan terbatasnya pilihan alat kontrasepsi yang tersedia, padahal baik bagi pria maupun wanita mempunyai tanggung jawab yang sama dalam hal ber-KB. Dalam upaya untuk meningkatkan partisipasi pria dalam pelaksanaan program KB ini, tentu saja dibutuhkan suatu kerja sama melalui instansi terkait, salah satunya adalah iklan layanan masyarakat yang diproduksi Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional; Jawa Timur (BKKBN Jatim) yang menggambarkan peranana pria dalam ber-KB.

Perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah penggambaran peranan pria dalam Keluarga Berencana melalui tayangan iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh BKKBN Jawa Timur di stasiun televisi. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui penggambaran peranan pria dalam Keluarga Berencana melalui tayangan iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh BKKBN Jawa Timur di stasiun televisi. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian meliputi Televisi sebagai Media Beriklan, Iklan Layanan Masyarakat, dan Peranan Pria.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif pada tipe penelitian deskriptif, dengan subyek penelitian adalah iklan dengan tema Keluarga Berencana yang ditayangkan di televisi produksi BKKBN Jatim, dan obyek penelitiannya adalah penggambaran pria melalui 3 iklan yang diproduksi. Pengumpulan data ditentukan melalui rekaman iklan, mempelajari teks, gambar/tampilan maupun suara yang terdapat pada iklan, serta koleksi data melalui kajian pustaka. Data dianalisis dengan cara mendeskripsikan isi iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh BKKBN Jawa Timur tentang kontrasepsi bagi pria dengan memperhatikan teks, gambar/tampilan dan suara pada iklan, yang dapat memberikan gambaran pria dalam iklan tersebut.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggambaran peranan pria dalam KB melalui iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh BKKBN Jawa Timur pada dasarnya memberikan gambaran positif terhadap isu – isu yang diangkat dalam ketiga iklan layanan masyarakat tersebut, yaitu “Pria bertanggung jawab dalam ber-KB”, “Jumlah anak ideal”, dan “Pilihan Alat Kontrasepsi”.

TELEVISION FILM

KK
Fis. K 08.01
Hae
d.

SKRIPSI

**DAYA TARIK SINETRON LEGENDA
BAGI PEMIRSA TELEVISI**

(Studi Deskriptif di Kelurahan Pepelegi. Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo)



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

Nama : HARDIAN EKA B.

Nim : 079815919

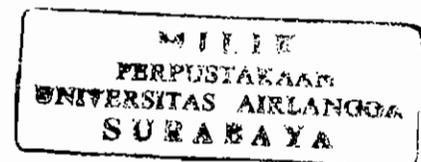
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2004**

DAYA TARIK SINETRON LEGENDA BAGI PEMIRSA
TELEVISI

(Studi deskriptif di kelurahan Pepelegi, Waru,
kabupaten Sidoarjo)

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi salah satu syarat dalam studi
pada Fakultas Ilmu sosial dan Politik , Program Studi
Ilmu Komunikasi, Universitas Airlangga.



Oleh :

Hardian Eka B.

Nim : 079815919

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

2004

Lembar Persetujuan

Telah Disetujui dan Siap Untuk Diujikan

Surabaya , 19 Desember 2003

Dosen Pembimbing



Dra. St. S . Andarini, SU

NIP : 130873456

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Panitia
Penguji pada tanggal 19 Januari 2004

Panitia Penguji terdiri dari :

Ketua :



Drs. Henry Subiakto, SH, MA

NIP. 131801645

Anggota I :



Ratih Puspa, S.Sos, MA

NIP. 132230967

Anggota II :



Dra. St. S. Andarini, SU

NIP : 130873456

Abstraksi

Teknologi komunikasi massa telah berkembang dengan amat pesat. Salah satu produk teknologi komunikasi massa adalah televisi. Dalam hal ini kehadiran televisi sebagai media massa dapat mempermudah arus informasi dan hiburan yang akan disampaikan kepada khalayak. Dan tentunya program-program acara televisi yang sangat beragam akan memberikan pilihan bagi pemirsa untuk memilih program acara yang sesuai dengan minatnya.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui daya tarik acara di televisi sehingga acara tersebut disukai dan dipilih oleh pemirsa. Program acara yang diteliti adalah acara sinetron legenda, yang umumnya mengandung cerita sejarah yang berkembang di masyarakat. Sedangkan aspek daya tarik yang dibahas meliputi : jenis sinetron, cerita sinetron, tema sinetron, tokoh/pemeran, dan juga setting.

Landasan teori yang digunakan adalah teori tentang televisi sebagai media komunikasi massa, teori tentang sinetron, teori uses and gratification, teori tentang khalayak, dan teori pertemuan khalayak dengan media. Selain itu, untuk mendukung teori-teori tersebut, peneliti juga menggunakan bahan-bahan kepustakaan lainnya yang relevan dengan penelitian, yaitu : majalah, tabloid, serta internet.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan sarana kuesioner untuk memperoleh keterangan dari responden. Sedangkan untuk penarikan sampling digunakan cara accidental sampling (sampling kebetulan). Data-data yang diperoleh selanjutnya akan dimasukkan dalam tabulasi silang, untuk selanjutnya dianalisis. Pada tahap akhir, dapat diketahui mengenai daya tarik apa sajakah yang terdapat pada acara sinetron legenda yang mendasari pemirsa untuk menonton acara tersebut.