

SKRIPSI
KONSEP KREATIF PENDEKATAN PARODI DALAM
IKLAN TELEVISI AXIS

(Studi Deskriptif Mengenai Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi pada
Iklan Televisi Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan)



Diajukan sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:
DYAH ERZA DIANTI
05 09 02853 / kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013

**IMPLEMENTASI KONSEP KREATIF PENDEKATAN PARODI
DALAM IKLAN TELEVISI AXIS**

**(Studi Deskriptif Mengenai Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi
pada Iklan Televisi Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

DYAH ERZA DIANTI

05 09 02853 / kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013**

HALAMAN PERSETUJUAN

IMPLEMENTASI KONSEP KREATIF PENDEKATAN PARODI

DALAM IKLAN TELEVISI AXIS

**(Studi Deskriptif Mengenai Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi
pada Iklan Televisi Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan)**

Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh:

DYAH ERZA DIANTI

05 09 02853/Kom

Disetujui oleh:



F. Anita Herawati, SIP.,M.Si.

(Dosen Pembimbing)

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi Dalam Iklan Televisi Axis (Studi Deskriptif Mengenai Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi Pada Iklan Televisi Axis Versi Trilogi Joni Blak-Blakan)

Penyusun : Dyah Erza Dianti

NIM : 05 09 02853

Telah diujikan dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari : Rabu, 14 Agustus 2013

Pukul : 14.00 WIB - selesai

Tempat : Ruang Pendadaran 2 Lt 1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
(Penguji Utama)

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
(Penguji 1)

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si
(Penguji 2)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dyah Erza Dianti

NIM : 05 09 02853

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi Dalam Iklan Televisi Axis (Studi Deskriptif Mengenai Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi pada Iklan Televisi Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik. Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 14 Agustus 2013

Saya yang menyatakan,



Dyah Erza Dianti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tuhan adalah baik bagi orang yang berharap kepada-Nya, bagi jiwa yang mencari Dia. Adalah baik menanti dengan diam pertolongan Tuhan. (Ratapan 3:25-26)

Suatu saat pergilah kedunia yang lebih luas dan kau akan tahu, penderitaan yang kini kau rasakan bukanlah apa-apa! (One Peace)

Skripsi ini terkhusus penulis sembahkan bagi Bapak dan Ibu, terima kasih untuk limpahan cinta dan kasih sayang

KATA PENGANTAR

Hormat dan pujian serta ucapan kata syukur penulis persembahkan bagi Tuhan Yesus Kristus, karena hanya oleh kasih karunia dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi Dalam Iklan Televisi Axis (Studi Deskriptif Mengenai Implementasi Konsep Kreatif Pendekatan Parodi pada Iklan Televisi Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan)”**. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Kom) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Proses penulisan skripsi ini tak lepas dari bantuan banyak pihak, secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu F.Anita Herawati, SIP., M.Si selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dan penuh kasih, selalu menyediakan telinga untuk mendengarkan keluh kesah penulis. Tuhan Yesus Memberkati
2. Dosen penguji Bapak Agus Putranto dan Ibu Dhyah Ayu. Terima kasih untuk koreksi dan masukannya terhadap tulisan saya
3. Dosen dan karyawan TU FISIP UAJY
4. Tim KACM, Ibu Suryanti, Pak Loly, Pak Bayu, Pak Hono
5. Agency Colman Handoko
6. Bapak Sumbo Tinarbuko
7. Bapak dan Ibu, Kakak dan kakak ipar, adik dan adik ipar, dan keponakan tercinta
8. Mama Tante Enny dan keluarga, Sepupu Banu -BP10-
9. Setiaji Triatmaja dan keluarga

10. Super teman: Damaz, Arta Banana, Estiningtyas Chupek, Miss Febe, Bu Suka “Like”, Elza Astari Retaduari, Muhammad Nur Wachid, Bentar Restu Sadani, Tanaya Yuwono, Mahendra Budi, Deli Mukti, Ajo.
11. Temen-temen angkatan 2005 (Sendi, Riri, Yaya’, Linda, Lanny, Helen, Arum, Seruni, Pita, Tintaz, Anggakara, Desta, Damar, dll)
12. Temen-temen beasiswa Aptik
13. Temen-temen Griya Kata (Erik, Topo, Mas Beni, Mas Bejo dan temen kampus 3 lainnya)
14. Teman seperjuangan SMA 11 Yogyakarta (Nisa, Rika, Bayu, Hafish, Carter, Akhid, Nico, Ayu, Miss Ika, Aya’)
15. Temen-temen Detikcom Yogya (Pak Bagus, Mbak Ega, Mas Wachid, Mate Lila, Anangga Bayu, Sukma, Linda, Mbak Rina, Novi, Mas Meylan, Mas Fino, Mas Lucas, Dani, Danar, Mas Henry)
16. Dan kepada semua pihak yang telah membantu, Terima Kasih

Yogyakarta, Agustus 2013

Penulis

Dyah Erza Dianti

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Teori.....	7
F. Kerangka Konsep.....	28
G. Metodologi Penelitian.....	31
 BAB II OBYEK PENELITIAN.....	
A. Profil Axis.....	38
B. Deskripsi Iklan Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan.....	42
1. Iklan Axis Versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	43
2. Iklan Axis Versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	45
3. Iklan Axis Versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	49
	47
 BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
A. Hasil Penelitian.....	50
1. Proses Perencanaan Konsep Kreatif.....	50
2. Analisis Iklan Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan.....	55
B. Pembahasan.....	82
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	94
 DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Potongan gambar iklan televisi XL Versi Sule dan Baim.....	2
Gambar 2	Potongan gambar iklan televisi AS Versi Sule.....	2
Gambar 3	Potongan gambar iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	4
Gambar 4	Karakter Iklan yang bagus menurut Richard Christian.....	21
Gambar 5	Empat Komponen Kreatif bagi <i>Copywriter</i>	22
Gambar 6	Logo Axis.....	40
Gambar 7	Potongan gambar iklan televisi Axis Versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	43
Gambar 8	Potongan gambar iklan televisi Axis Versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	46
Gambar 9	Potongan gambar iklan televisi Axis Versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	48
Gambar 10	Potongan iklan 1 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	57
Gambar 11	Potongan iklan 2 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	57
Gambar 12	Potongan iklan 3 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	59
Gambar 13	Potongan iklan 4 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	59
Gambar 14	Potongan iklan 5 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	61
Gambar 15	Potongan iklan 6 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	61
Gambar 16	Potongan iklan 7 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	63
Gambar 17	Potongan iklan 8 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	63
Gambar 18	Potongan iklan 9 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1..</i>	64
Gambar 19	Potongan iklan 10 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	64
Gambar 20	Potongan iklan 11 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	64
Gambar 21	Potongan iklan 12 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	66
Gambar 22	Potongan iklan 13 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	66
Gambar 23	Potongan iklan 14 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	66
Gambar 24	Potongan iklan 15 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	67
Gambar 25	Potongan iklan 16 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	67
Gambar 26	Potongan iklan 17 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 1</i>	67
Gambar 27	Potongan iklan 1 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	68
Gambar 28	Potongan iklan 2 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	68
Gambar 29	Potongan iklan 3 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	68
Gambar 30	Potongan iklan 4 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	70
Gambar 31	Potongan iklan 5 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	70
Gambar 32	Potongan iklan 6 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	70
Gambar 33	Potongan iklan 7 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	70
Gambar 34	Potongan iklan 8 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	73
Gambar 35	Potongan iklan 9 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	73
Gambar 36	Potongan iklan 10 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	73
Gambar 37	Potongan iklan 11 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	75
Gambar 38	Potongan iklan 12 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 2</i>	75
Gambar 39	Potongan iklan 1 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	77

Gambar 40	Potongan iklan 2 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	77
Gambar 41	Potongan iklan 3 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	77
Gambar 42	Potongan iklan 4 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	78
Gambar 43	Potongan iklan 5 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	78
Gambar 44	Potongan iklan 6 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	78
Gambar 45	Potongan iklan 7 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	79
Gambar 46	Potongan iklan 8 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	79
Gambar 47	Potongan iklan 9 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	80
Gambar 48	Potongan iklan 10 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	80
Gambar 49	Potongan iklan 11 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	80
Gambar 50	Potongan iklan 12 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	82
Gambar 51	Potongan iklan 13 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	82
Gambar 52	Potongan iklan 14 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>Part 3</i>	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Unsur-unsur audio visual Iklan Axis versi Trilogi Joni Blak-blakan	31
Tabel 2	<i>Script</i> iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 1</i>	44
Tabel 3	<i>Script</i> iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 2</i>	46
Tabel 4	<i>Script</i> iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 3</i>	49
Tabel 5	Audio potongan iklan 3 dan 4 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 1</i>	60
Tabel 6	Audio potongan iklan 5 dan 6 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 1</i>	62
Tabel 7	Audio potongan iklan 7 dan 8 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 1</i>	64
Tabel 8	Audio potongan iklan 9, 10, dan 11 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 1</i>	65
Tabel 9	Audio potongan iklan 12, 13, dan 14 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 1</i>	66
Tabel 10	Audio potongan iklan 15, 16, dan 17 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 1</i>	67
Tabel 11	Audio potongan iklan 1, 2, dan 3 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 2</i>	69
Tabel 12	Audio potongan iklan 4, 5, 6, dan 7 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 2</i>	71
Tabel 13	Audio potongan iklan 8, 9, dan 10 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 2</i>	73
Tabel 14	Audio potongan iklan 11 dan 12 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 2</i>	75
Tabel 15	Audio potongan iklan 1, 2, 3, 4, 5, dan 6 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 3</i>	78
Tabel 16	Audio potongan iklan 7 dan 8 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 3</i>	80
Tabel 17	Audio potongan iklan 9, 10, dan 11 iklan televisi Axis versi Joni Blak-blakan <i>part 3</i>	81

DAFTAR LAMPIRAN

1. *Interview Guide* Penelitian
2. *Interview Script* Penelitian
3. Potongan Iklan Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan *Part 1*
4. Potongan Iklan Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan *Part 2*
5. Potongan Iklan Axis Versi Trilogi Joni Blak-blakan *Part 3*

ABSTRAK

Konsep kreatif pendekatan parodi merupakan konsep kreatif yang efektif jika diterapkan dalam iklan televisi. Dua unsur televisi yakni audio dan visualnya mampu menumbuhkan empati dan simpati dari pemirsanya. Konsep ini memiliki *sense of humour*, mengandung kritikan atau ejekan, visual yang hiperbola, dan mengimitasi tokoh terkenal. Aspek parodi yang diimplementasikan relevan dengan produk yang diiklankan akan sangat efektif untuk membuat orang-orang memperhatikan iklan dan menciptakan kesadaran merek (Shimp, 2003: 472).

Sebagai produk telekomunikasi yang baru masuk dalam pasar telekomunikasi di Indonesia, Axis berusaha menggebrak pasar dengan menampilkan iklan yang berbeda dengan produk *competitor*. Menggunakan konsep kreatif pendekatan parodi yang tidak membandingkan Axis dengan produk *competitor*. Menurut Direktur Sales Axis, Syakieb Ahmad Sungkar, iklan Axis versi “Trilogi Joni blak-blakan” tidak hanya menyampaikan pesan produk namun juga menyampaikan pesan spiritual terkait ibadah puasa di bulan ramadhan dengan bahasa verbal dan visual yang lucu, memuat sindirian terhadap perilaku masyarakat namun menarik untuk ditonton (dalam http://www.axisworld.co.id/axis_pressrelease_contents/review/189?p=11, diakses 7/10/2012).

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang pelaksanaannya menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis bukan berupa angka atau non kuantitatif yakni wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan *creative director agency* Colman Handoko, Morian Madjid dan studi literatur dari buku dan internet.

Perumusan konsep kreatif dalam iklan Axis versi trilogi Joni Blak-blakan dilakukan oleh tim kreatif *agency* Colman Handoko yang terdiri dari *creative director* yaitu Morian Madjid, *art director* Ernes Junius Wiyanto dan *copywriter* Lucky Budianto Ardhi.

Konsep kreatif pendekatan parodi yang dipilih Axis dalam versi trilogi Joni Blak-blakan untuk menghindari kerumunan tema iklan produk *competitor* yakni saling menjatuhkan *image*. Tujuan lainnya adalah untuk meningkatkan *awareness* khayalak terhadap produk telekomunikasi Axis. Memanfaatkan momen ramadhan dan lebaran, *setting* pada iklan Axis versi Joni Blak-blakan dibuat menjadi tiga bagian yakni pra puasa, puasa, dan lebaran tahun 2011. Konsep kreatif pendekatan parodi dalam iklan Axis versi trilogi Joni Blak-blakan diimplementasikan dalam bahasa verbal yang memuat kritikan, ejekan terhadap kebiasaan masyarakat. Sedangkan implementasinya terdapat pada aspek visual yang berlebihan, mengandung ironi, penggunaan *talent* yang mengimitasi kebiasaan masyarakat, budaya masyarakat, serta mengimitasi tokoh jin.

Kata kunci: Periklanan, Konsep kreatif, Pendekatan Parodi, Axis