

**STUDI KOMPARATIF : ANALISIS ISI
IKLAN AQUA VS LE MINERALE**



YUSTIKA NICKY DWI TANTRY

NBI : 1152000400

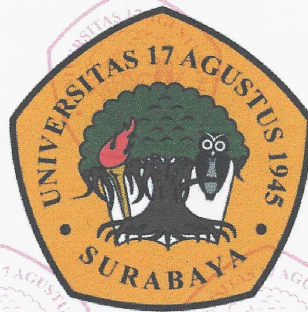
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**STUDI KOMPARATIF : ANALISIS ISI
IKLAN AQUA VS LE MINERALE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

YUSTIKA NICKY DWI TANTRY

NBI : 1152000400

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yustika Nicky Dwi Tantry

NBI : 1152000400

Judul : Studi Komparatif : Analisis Isi Iklan AQUA vs Le Minerale

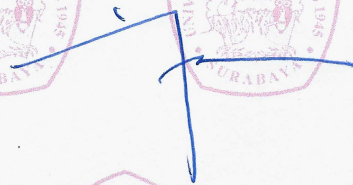
Surabaya, 8 Juli 2024

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing 1**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP
NPP : 20120870103



Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom
NPP : 20150170741

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 8 Juli 2024

Dewan Penguji:

1. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. ()

Ketua

2. Amalia Nurul Muthmainnah, S. I. Kom., MA. ()

Anggota

3. Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita, ()

S.I.Kom., M.Med.Kom

Anggota

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP : 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yustika Nicky Dwi Tantry
NPM : 1152000400
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Studi Komparatif : Analisis Isi Iklan AQUA vs Le Minerale

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 8 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan





UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yustika Nicky Dwi Tantry
NBI : 1152000400
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi: Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

Studi Komparatif : Analisis Isi Video Iklan AQUA vs Le Minerale

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 8 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Yustika Nicky Dwi Tantry)

ABSTRAK

AQUA dan Le Minerale merupakan dua *brand* yang berbeda, namun sama-sama menjual produk air minum dalam kemasan yang berbahan dasar alami dari sumber pegunungan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat gambaran umum dan perbandingan isi konten dalam video iklan 2 *brand* tersebut yang ditayangkan secara nasional dan diunggah di *channel* youtube AQUA dan Le Minerale. Komunikasi pemasaran merupakan suatu kegiatan yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk yang mereka jual serta membentuk *image* perusahaan di mata masyarakat. Salah satu jenis komunikasi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan yaitu melalui iklan (*advertising*). Elemen-elemen komunikasi pemasaran yang muncul digunakan untuk melihat isi konten pada video iklan tersebut. Perbandingan dilihat melalui metode analisis isi kuantitatif deskriptif pada video iklan kedua *brand*. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa kedua *brand* sama-sama ingin menunjukkan bahwa keduanya merupakan perusahaan besar dan layak untuk bersaing satu sama lain.

Kata kunci : Video Iklan, Komunikasi Pemasaran, Analisis Isi kuantitatif, Komparatif

ABSTRACT

AQUA and Le Minerale are two different brands, but both sell bottled drinking water products from natural mountain springs. This research was conducted to provide an overview and comparison of the content in the promotional videos of the two brands that were broadcast nationally and uploaded to the AQUA and Le Minerale YouTube channels. Marketing communication is an activity used by a company to promote the products it sells and to shape the company's image in the eyes of the public. One type of marketing communication used by companies is advertising. The elements of marketing communication that appear are used to see the content of the advertising video. Comparison is seen through descriptive quantitative content analysis method on the advertising videos of both brands. The results of this study found that both brands want to show that both are big companies and deserve to compete with each other.

Keywords: *Advertising video, marketing communication, quantitative content analysis, comparative*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah hirabbil 'alamin, Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat, kesehatan, kekuatan, keberkahan, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Studi Komparatif : Analisis Isi Iklan AQUA vs Le Minerale* ” dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akademik dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi (S.I.Kom), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu dengan senang hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk dijadikan sebagai tambahan pengetahuan yang berguna di lain kesempatan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT
2. Mama Dwi Haroenik, terima kasih atas segala kasih sayang, kesabaran, doa, nasihat, serta dukungan moril dan material yang diberikan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir kelulusan. Semoga Allah selalu melindungi dan melimpahkan berkah untuk mama. Aamiin.
3. Ibu Rusiana Elly, Kak Citra Paramita, Mba Rizky Okitarini, Aa' Dicky, Mba Elif dan Mba Alfin yang memberikan nasehat, motivasi, dukungan moril, semangat, doa serta kritik yang membangun. Semoga Allah selalu melindungi dan melimpahkan berkah untuk mereka. Aamiin.
4. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan banyak kesempatan kepada penulis untuk terlibat dalam program-program kampus yang menarik.
6. Ibu Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku wali dosen yang selalu memberikan arahan, motivasi, kritik dan saran akademis serta bimbingan kepada penulis selama proses perkuliahan.
7. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membagi ilmu, arahan, serta bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.

8. Ibu Nara Garini Ayuningrum, S. Tr. I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan waktu, arahan, nasehat, motivasi, semangat, serta kritik kepada penulis selama proses bimbingan dan penyelesaian skripsi.
9. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Pihak AQUA dan Le Minerale yang telah mengeluarkan iklan yang menarik sehingga memberikan inspirasi kepada penulis untuk menjadikan karyanya sebagai subjek penelitian pada skripsi ini.
11. Teman – teman terdekat penulis yaitu Fanny Andini, Jeruk Hangat, Nimas Auralia dan Syahrazad Silma yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi dalam mengerjakan Skripsi
12. Hilza Yudistira yang selalu memberikan dukungan, semangat serta bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
13. Teman-teman terdekat selama masa perkuliahan Ayu Asri dan Felisitas Nora yang berjuang bersama dalam suka maupun duka dari semester 2 hingga 8.
14. Teman-teman Ilmu Komunikasi Untag Surabaya angkatan 2020 yang bersama-sama berjuang dari sempro sampai menyelesaikan skripsi, Shafa Jasmine, Bizi Bina, serta teman – teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
15. Blackpink, BabyMonster, Tiara Andini dan Lyodra dengan lagu-lagunya yang selalu membuat penulis bersemangat dalam mengerjakan skripsi dan menjalani segala aktifitas.
16. Yutta Wynne, Abe Abraham, Chiquita, Hong Hae In dan Baek Hyun-woo yang selalu membuat penulis bahagia dengan konten video yang bisa menaikkan mood penulis saat mengerjakan skripsi.
17. Terakhir, terima kasih kepada diriku sendiri “ Yustika Nicky Dwi Tantry ” atas kegigihan dan keuletan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kamu tidak pernah menyerah dan terus berusaha hingga mencapai garis finish. Terima kasih telah mengantarkanku sampai di titik ini, diriku. Aku yakin bahwa kamu mampu mencapai lebih banyak lagi di masa depan. Aamiin.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini menambah pengetahuan ,memberikan manfaat, menjadi sumber referensi bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif untuk kemajuan akademik.

Surabaya, 22 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yustika Nicky D.T.', written over a circular stamp or mark.

Yustika Nicky D.T

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Konseptual	13
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	13
2.2.2. Pesan	16
2.2.3. Iklan	18
2.2.4. Analisis Isi.....	20
2.3. Definisi Konseptual.....	20
2.3.1. Konsep Komunikasi Pemasaran.....	20
2.3.2. Pesan	23
2.3.3. Iklan	26

2.4.	Definisi Operasional.....	33
2.5	Kerangka Dasar Berpikir.....	39
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1.	Pendekatan Penelitian	41
3.2.	Jenis Penelitian.....	41
3.3.	Populasi dan Sampel	41
3.3.1.	Populasi.....	41
3.3.2.	Sampel.....	41
3.4.	Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	42
3.4.1	Pengukuran.....	42
3.4.2	Instrumen Penelitian.....	42
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6.	Teknik Analisis Data.....	45
3.7.	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel.....	46
3.7.1	Definisi Konsep.....	46
3.7.2	Operasionalisasi Variabel.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		51
4.1.	Gambaran Objek Penelitian	51
4.2.	Penyajian Data.....	52
4.3.	Pembahasan.....	58
4.3.1.	Pembahasan Elemen Komunikasi Pemasaran	59
4.3.2.	Pembahasan Pesan.....	62
4.3.3.	Pembahasan Iklan.....	72
BAB V PENUTUP.....		83
5.1.	Kesimpulan.....	83
5.2	Rekomendasi	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		89

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. 2 Struktur Kategori.....	33
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian.....	43
Tabel 3. 2 Lembar Koding (Coding Sheet) Kategori	44
Tabel 3. 3 Lembar Koding (Coding Sheet) Kategori Pesan	44
Tabel 3. 4 Lembar Koding (Coding Sheet) Kategori Iklan	45
Tabel 3. 5 Struktur Kategori	48
Tabel 4. 1 Komparasi Berdasarkan Kategori.....	53
Tabel 4. 2 Komparasi Berdasarkan Kategori Pesan	55
Tabel 4. 3 Komparasi Berdasarkan Kategori Iklan	57
Tabel 4. 4 Komparasi Berdasarkan Kategori Jenis Iklan	57
Tabel 4. 5 Komparasi Pemasaran <i>Influencer (Endorsment)</i>	59
Tabel 4. 6 Komparasi Pemasaran Acara dan Pengalaman	61
Tabel 4. 7 Komparasi Pesan Emosional	65
Tabel 4. 8 Komparasi Pesan Moral	68
Tabel 4. 9 Komparasi Pesan Rasional	71
Tabel 4. 10 Komparasi Iklan Informatif.....	73
Tabel 4. 11 Komparasi Iklan Persuasif.....	75
Tabel 4. 12 Komparasi Iklan Pengingat	77
Tabel 4. 13 Komparasi Iklan Penambah Nilai.....	79
Tabel 4. 14 Komparasi Iklan Nasional	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase Data AQUA & Le Minerale.....	3
Gambar 2. 1 Video Iklan Aqua 2018.....	21
Gambar 2. 2 Iklan Le Minerale 2022	22
Gambar 2. 3 Iklan Aqua 2024	22
Gambar 2. 4 Iklan Le Minerale 2021	23
Gambar 2. 5 Iklan Aqua 2023	23
Gambar 2. 6 Iklan Le Minerale 2022	24
Gambar 2. 7 Iklan Aqua 2024	24
Gambar 2. 8 Iklan Le Minerale 2022	25
Gambar 2. 9 Iklan Aqua 2024	25
Gambar 2. 10 Iklan Aqua	26
Gambar 2. 11 Iklan Le Minerale 2015	27
Gambar 2. 12 Iklan Aqua 2021	27
Gambar 2. 13 Iklan Le Minerale 2021	28
Gambar 2. 14 Iklan Aqua 2023	29
Gambar 2. 15 Iklan Aqua	29
Gambar 2. 16 Iklan Le Minerale 2023	29
Gambar 2. 17 Iklan Le Minerale 2023	30
Gambar 2. 18 Iklan Aqua 2024	30
Gambar 2. 19 Iklan Le Minerale 2017	31
Gambar 2. 20 Iklan Aqua 1995	32
Gambar 2. 21 Iklan Aqua 2023	32
Gambar 2. 22 Iklan Le Minerale 2015	32
Gambar 2. 23 Bagan Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4. 1. Akun Resmi Youtube AQUA.....	51
Gambar 4. 2. Akun Youtube Resmi Le Minerale.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar koding	89
Lampiran 2. Kartu bimbingan	94
Lampiran 3. Hasil turnitin	96
Lampiran 1. Lembar Revisi.....	99