

REPRESENTASI KEKERASAN DALAM FILM *RED SPARROW*

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
INDAH SRI RAHAYU BABA TIRO
044114279**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Indah Sri Rahayu Baba Tiro
NPM : 044114279
Judul : Representasi Kekerasan dalam Film *Red Sparrow*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Tiara Pinguindra, M.Si
NIK. 1.0815 033 671

Pembimbing II : Ismail Taufik Rusfien, M.Si
NIK. 1.1215 047 681

Pembaca : Mariana R.A Siregar, M.I.Kom
NIK. 1.1211 053 566

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 26 Juli 2019

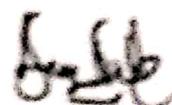
Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H. M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

INDAH SRI RAHAYU NPM.044114279, REPRESENTASI KEKERASAN DALAM FILM *RED SPARROW*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan **Tiara Puspanidra, M.Si dan Ismail Taufik Rusfien, M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekerasan dalam sebuah film. Kekerasan tersebut ditampilkan oleh beberapa tokoh dan bagaimana kekerasan dapat terlihat dari beberapa adegan melalui relasi antar tanda dan makna semiotika model Charles Sanders Peirce dengan konsep segitiga maknanya, yaitu *sign*, *object* dan *interpretant*. Metode ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisa semiotika model Charles Sanders Peirce. Dari keseluruhan adegan telah terpilih enam adegan dalam film yang merepresentasikan kekerasan. Enam adegan tersebut dianalisis melalui relasi tanda *sign*, *object* dan *interpretant* yang tergambar di setiap adegannya. Terlihat tanda-tanda dan makna yang menggambarkan kekerasan dalam beberapa adegan tersebut yang ternyata sesuai dengan tiga jenis kekerasan, yaitu kekerasan fisik, kekerasan psikologis, dan kekerasan seksual. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa representasi kekerasan dalam film *Red Sparrow* terdapat di beberapa adegan dan termasuk ke dalam kekerasan fisik, kekerasan psikologis, dan kekerasan seksual. Namun, dalam film ini yang paling mendominasi adalah kekerasan fisik, yaitu kekerasan yang dilakukan oleh pelaku terhadap korban dengan cara memukul, menampar, mencekik, menendang, melempar barang ke tubuh, menginjak, melukai dengan tangan kosong, atau dengan alat atau senjata, menganiaya, menyiksa, membunuh, serta perbuatan lain yang relevan.

“Persepsi Bobotoh Bogor Terhadap Tayangan Liga 1 di Indosiar”

(Studi Kasus: Bobotoh Bogor)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
mencapai gelar Sarjana ilmu komunikasi
Universitas Pakuan Bogor**

DISUSUN OLEH:

Prahara Raksa Utama

044113317



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Prahara Raksa Utama
NPM : 044113317
Judul Skripsi : Persepsi Bobotoh Bogor terhadap tayangan liga 1 di Indosiar

Telah berhasil di pertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Proram Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan

Dewan Penguji

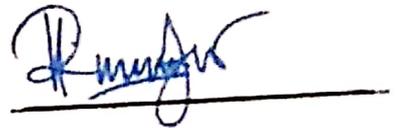
Pembimbing I : Yogaprasta Adinugraha, M.Si
NIP. 1.0641025 628



Pembimbing II : Ratih Siti Aminah, M.Si
NIP. 1.0314004 625



Pembaca : Roni Jayawinangun, M.Si
NIP. 1.0616049757



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 08 Maret 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum.
NIK. : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim, S.Sos., M.Si.
NIK. 1 0909 048 513

Ringkasan

Prahara Raksa Utama, NPM 044113317. Persepsi Bobotoh Bogor terhadap tayangan liga 1 di Indosiar. Dibimbing oleh **Yogaprasta Adinugraha, M.Si** dan **Ratih Siti Aminah, M.Si.** Penelitian ini dilatar belakangi oleh hasil capaian data anggota Bobotoh Bogor, dan Persepsi Bobotoh Bogor Terhadap tayangan liga 1 di Indosiar .

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Persepsi Anggota Bobotoh Bogor Menonton Tayanga Liga 1 di Indosiar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Anggota Bobotoh Bogor yang menjadi responden dalam penelitian ini dengan jumlah sampel 80 responden yang dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Penentuan responden penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*. Uji validitas menggunakan *Product Moment Pearson* dan Uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Pengukuran uji *Korelasi Rank Spearman*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas menonton televisi dengan persepsi menonton terhadap tayangan program Liga 1 memiliki hubungan yang sangat nyata hal tersebut dilihat dari indikator perhatian yang berhubungan sangat nyata dengan afektif, kognitif, konatif. indikator penghayatan yang berhubungan sangat nyata dengan afektif, kognitif, konatif. Indikator durasi dengan afektif adanya hubungan kognitif dan konatif dan indikator frekuensi pun memiliki hubungan yang sangat nyata dengan afektif, kognitif, konatif..

**Pengaruh Iklan Televisi AQUA Lebih Dari 45 Tahun Murni
Langsung Dari Sumbernya Terhadap Keputusan Pembelian Air
Mineral AQUA**

(Kasus: Kampung Kemang Gede Desa Cilember Cisarua - Bogor)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Universitas Pakuan Bogor



Oleh:

Sandi Juansyah

0441 12 037

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Sandi Juansyah
NPM : 044112037
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan AQUA Lebih Dari 45 Tahun Murni
Langsung Dari Sumbernya Terhadap Keputusan
Pembelian Air Mineral AQUA (Kasus: Desa Cilember
Cisarua Kabupaten Bogor)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

Dewan Penguji

Menyetujui

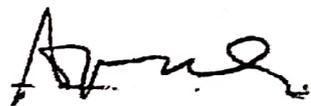
Pembimbing I : Muslim, M.Si
NIP : 1.0909 048 513


.....

Pembimbing II : Yogaprasta Adinugraha, M.Si
NIP : 1.0641 025 628


.....

Pembaca : Wiranta Yudha Ginting, M.A
NIP : 1.01616 049 758


.....

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal : 14 April 2019

Dekan Fakultas



Dr. Agnes Setyowati, M.Hum
NIP: 1.0596 008 229



Ketua Program Studi


Muslim, M.Si
NIP: 1.0909 048 513

RINGKASAN

Sandi Juansyah. NPM. 044112037. Pengaruh Iklan AQUA Lebih Dari 45 Tahun Murni Langsung Dari Sumbernya Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral AQUA (Kasus: Desa Cilember Cisarua Kota Bogor). Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah Bimbingan: Muslim, M.Si. dan Yogaprasta Adinugraha, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik responden, menganalisis iklan televisi AQUA lebih dari 45 tahun murni langsung dari sumbernya, menganalisis keputusan pembelian air mineral AQUA, menganalisis hubungan antara karakteristik responden dengan keputusan pembelian air mineral AQUA, menganalisis hubungan antara iklan televisi AQUA lebih dari 45 tahun murni langsung dari sumbernya dengan keputusan pembelian air mineral AQUA. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan cara penelitian survai. Penelitian ini dilakukan di Desa Cilember Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan cara *cluster sampling* (area sampling). disajikan dalam bentuk tabel frekuensi. Uji statistik dilakukan dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 24. Uji korelasi menggunakan *Rank Spearman* untuk variabel berskala ordinal dan menggunakan *Chi-Square* untuk variabel berskala nominal. Hasil penelitian korelasi antara karakteristik responden dengan keputusan pembelian adalah terdapat dua indikator didalam kedua variabel yang memiliki hubungan signifikan. Hasil penelitian korelasi antara iklan televisi AQUA lebih dari 45 tahun murni langsung dari sumbernya dengan keputusan pembelian adalah terdapat lima indikator dalam kedua variabel yang memiliki hubungan signifikansi.

Keywords : Pengaruh, Iklan, Televisi, AQUA, Desa Cilember

RINGKASAN

Sandi Juansyah. NPM. 044112037. Pengaruh Iklan AQUA Lebih Dari 45 Tahun Murni Langsung Dari Sumbernya Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral AQUA (Kasus: Desa Cilember Cisarua Kota Bogor). Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah Bimbingan: Muslim, M.Si. dan Yogaprasta Adinugraha, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik responden, menganalisis iklan televisi AQUA lebih dari 45 tahun murni langsung dari sumbernya, menganalisis keputusan pembelian air mineral AQUA, menganalisis hubungan antara karakteristik responden dengan keputusan pembelian air mineral AQUA, menganalisis hubungan antara iklan televisi AQUA lebih dari 45 tahun murni langsung dari sumbernya dengan keputusan pembelian air mineral AQUA. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan cara penelitian survai. Penelitian ini dilakukan di Desa Cilember Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan cara *cluster sampling* (area sampling). disajikan dalam bentuk tabel frekuensi. Uji statistik dilakukan dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 24. Uji korelasi menggunakan *Rank Spearman* untuk variabel berskala ordinal dan menggunakan *Chi-Square* untuk variabel berskala nominal. Hasil penelitian korelasi antara karakteristik responden dengan keputusan pembelian adalah terdapat dua indikator didalam kedua variabel yang memiliki hubungan signifikan. Hasil penelitian korelasi antara iklan televisi AQUA lebih dari 45 tahun murni langsung dari sumbernya dengan keputusan pembelian adalah terdapat lima indikator dalam kedua variabel yang memiliki hubungan signifikansi.

Keywords : Pengaruh, Iklan, Televisi, AQUA, Desa Cilember