

**Representasi Status Sosial dan Konsumsi Alkohol Dalam Iklan  
Layanan Masyarakat (ILM) Anti Alkohol di Thailand Tahun  
2008**

*Representations of Social Status and Alcohol Consumption In Anti-Alcohol  
Public Service Advertisements (PSAs) At Thailand In The Year 2008*

**SKRIPSI**

Skripsi ini diajukan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai  
gelar sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam Jurusan Ilmu  
Komunikasi



*Disusun Oleh :*

**R. SATRIYO BUDI UTOMO**  
20050530150

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2010**

## SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji  
Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 12 Agustus 2010  
Tempat : Ruang Lab. Editing Jurusan Ilmu Komunikasi  
Dengan Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

  
Ratna Noviani, Ph.D.

Penguji I

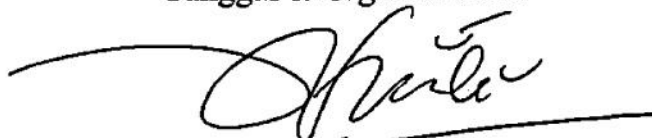


Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn.

Penguji II

  
Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)  
Tanggal 12 Agustus 2010



Suciati, S.Sos., M.Si.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## PERSEMBAHAN

" THE REASONS WHY SOMEONE DOES NOT EVER REACH HIS GOALS IS BECAUSE HE DOES NOT DEFINE IT, NOT STUDY IT AND NEVER SERIOUSLY BELIEVES THAT HIS GOALS COULD BE ACHIEVED! "

THANK'S FOR GOD (*ALLAH SWT*), MY LORD (*MUHAMMAD SAW*), MY PARENTS (*FATH' & MOM*), MY BROTHERS (*EVERYONE*), MY BELOVED (*HANNI S.J.*), AND  
ALL MY FRIENDS

MOTTO

“ CREATIVE  
THINKING, CRITICAL  
THINKING, AND  
POSITIVE THINKING ”

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang besar kepada kita semua. Shalawat dan salam tercurah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "*Representasi Status Sosial dan Konsumsi Alkohol dalam ILM Anti Alkohol di Thailand tahun 2008*" guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Fakultas Ilmu sosial dan politik dalam Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan yang membahagiakan ini dengan penuh kerendahan hati, perkenalkan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Suciati, S.Sos.,M.Si.**, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. **Ratna Noviani, M.Si., Ph.D.**, selaku dosen pembimbing utama skripsi ini yang dengan sabar dan ketelitian untuk meluangkan pikiran, waktu dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan penulis untuk selalu menghargai waktu berproses.
3. **Zuhdan Azis, S.IP., S.Sn.**, selaku dosen penguji pertama atas waktu, kritik, dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
4. **Fajar Junaedi M.Si.**, selaku dosen penguji kedua atas waktu, kritik, dan saran serta kemudahan-kemudahan yang diberikan dalam proses

5. Seluruh Staf Karyawan Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang peduli terhadap penerapan status sosial

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	ii
<b>Halaman Persembahan</b> .....	iii
<b>Halaman Motto</b> .....	iv
<b>Kata Pengantar</b> .....	v
<b>Daftar Isi</b> .....	vii
<b>Daftar Tabel</b> .....	x
<b>Daftar Gambar</b> .....	xi
<b>Abstrak</b> .....	xiii
<i>Abstract</i> .....	xiv
<b>BAB I. Pendahuluan</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>E. Kerangka Teori</b> .....	8
1. Iklan Sebagai Bentuk Teks Sosial .....	8
2. Iklan Layanan Masyarakat .....	13
3. Representasi .....	16
4. Status Sosial .....	19
<b>F. Metodologi Penelitian</b> .....	23

1. Jenis Penelitian.....	23
2. Objek Penelitian.....	24
3. Teknik Pengumpulan Data.....	24
4. Teknik Analisis Data.....	25
<b>BAB II. Periklanan di Thailand.....</b>	<b>34</b>
<b>A. Industri Periklanan di Thailand .....</b>	<b>34</b>
<b>B. Iklan Layanan Masyarakat di Thailand .....</b>	<b>36</b>
<b>C. Iklan Layanan Masyarakat Anti Alkohol di Thailand.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB III. Pembagian Status Sosial Dalam ILM Anti Alkohol di Thailand.....</b>	<b>45</b>
<b>A. Fashion (Penampilan).....</b>	<b>46</b>
1. ILM Ver. 1 (kelas atas) .....	46
2. ILM Ver. 2 (kelas menengah) .....	49
3. ILM Ver. 3 (kelas bawah) .....	52
<b>B. Life Style (Gaya Hidup) .....</b>	<b>56</b>
1. ILM Ver. 1 (kelas atas) .....	56
2. ILM Ver. 2 (kelas menengah) .....	61
3. ILM Ver. 3 (kelas bawah) .....	66
<b>C. Attitude &amp; Behavior (Sikap dan Perilaku).....</b>	<b>72</b>
1. ILM Ver. 1 (kelas atas) .....	72
2. ILM Ver. 2 (kelas menengah) .....	76
3. ILM Ver. 3 (kelas bawah) .....	79
<b>D. Family Relationship (Hubungan Keluarga) .....</b>	<b>83</b>
1. ILM Ver. 1 (kelas atas) .....	83



2. ILM Ver. 2 (kelas menengah) .....	86
3. ILM Ver. 3 (kelas bawah) .....	90
<b>BAB IV. Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>95</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>95</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>97</b>
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	WHO, " <i>Global Status Report on Alcohol</i> "	3
<b>Tabel 1.2</b>	Model Analisis Semiotika "Roland Barthes"	27
<b>Tabel 1.3</b>	Rumusan Konsep Pemaknaan Berger	31
<b>Tabel 2.1</b>	Thai Health Promotion Foundation " <i>Three Strategies</i> "	39

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b>	<i>Preview ILM Versi 1 "Alcohol Gift = Curse"</i>	42
<b>Gambar 2.2</b>	<i>Preview ILM Versi 2 "Drink &amp; Drive"</i>	43
<b>Gambar 2.3</b>	<i>Preview ILM Versi 3 "Stop Drinking, Stop Poverty"</i>	44
<b>Gambar 3.1</b>	<i>Fashion dalam ILM Versi 1</i>	47
<b>Gambar 3.2</b>	<i>Fashion dalam ILM Versi 1</i>	47
<b>Gambar 3.3</b>	<i>Fashion dalam ILM Versi 1</i>	47
<b>Gambar 3.4</b>	<i>Fashion dalam ILM Versi 2</i>	50
<b>Gambar 3.5</b>	<i>Fashion dalam ILM Versi 2</i>	50
<b>Gambar 3.6</b>	<i>Fashion dalam ILM Versi 3</i>	53
<b>Gambar 3.7</b>	<i>Life Style dalam ILM Versi 1</i>	58
<b>Gambar 3.8</b>	<i>Life Style dalam ILM Versi 1</i>	58
<b>Gambar 3.9</b>	<i>Life Style dalam ILM Versi 1</i>	58
<b>Gambar 3.10</b>	<i>Life Style dalam ILM Versi 2</i>	62
<b>Gambar 3.11</b>	<i>Life Style dalam ILM Versi 3</i>	68

<b>Gambar 3.12</b>	<i>Attitude</i> dalam ILM Versi 1	74
<b>Gambar 3.13</b>	<i>Attitude</i> dalam ILM Versi 2	77
<b>Gambar 3.14</b>	<i>Attitude</i> dalam ILM Versi 2	77
<b>Gambar 3.15</b>	<i>Attitude</i> dalam ILM Versi 3	80
<b>Gambar 3.16</b>	<i>Family Relationship</i> dalam ILM Versi 1	84
<b>Gambar 3.17</b>	<i>Family Relationship</i> dalam ILM Versi 2	87
<b>Gambar 3.18</b>	<i>Family Relationship</i> dalam ILM Versi 2	87
<b>Gambar 3.19</b>	<i>Family Relationship</i> dalam ILM Versi 3	91