

**ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT N. ENTMAN PADA VIDEO**

**IKLAN NIKE “KEEP MOVING: YOURSELFT, THE FUTURE”**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**DIMAS HARSHA SETA PRIBADI**

**NIM: 17240562**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

**HALAMAN LOGO**



**ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT N. ENTMAN PADA VIDEO**

**IKLAN NIKE “KEEP MOVING: YOURSELFT, THE FUTURE”**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

Oleh:

**DIMAS HARSHA SETA PRIBADI**

**NIM:17240562**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN\***

Skripsi oleh **Dimas Harsha Seta Pribadi/17240562**  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 6 Juli 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Krisna Megantari, M.A  
NIDN: 0724048604



Eli Purwati, M.I.Kom  
NIDN: 0702088201

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh **Dimas Harsha Seta Pribadi/17240562** ini,

Telah dipertahankan di depan penguji pada,

Hari : Selasa

Tanggal : 27 Juli 2021

Pukul : 11.00-12.00

### DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

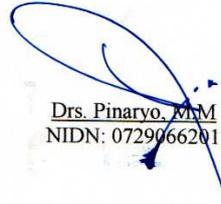
Penguji III



Krisna Megantari, M.A  
NIDN: 0724048604



Eli Purwati, M.I.Kom  
NIDN: 0702088201



Drs. Pinaryo, M.M  
NIDN: 0729066201

Mengetahui,  
Dekan



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D  
NIK : 1986032520130913

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dimas Harsha Seta Pribadi

Alamat : Jl.Barong No.43A Kel. Kertosari Kec.Babadan Kab.  
Ponorogo.

No. Identitas ( NIM ) : 17240562

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

**ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT N. ENTMAN PADA VIDEO**

**IKLAN NIKE “KEEP MOVING: YOURSELF, THE FUTURE”** adalah

observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 16 Agustus 2021  
Yang menyatakan,



(Dimas Harsha Seta Pribadi)

## MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.

(Q.S. Al-Baqarah : 153)

“...Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya..”

(Surah Al-Baqarah Ayat 286)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah robbi' alamin*

*Segala puji bagi Allah SWT, Tuhanku penguasa seluruh semesta alam atas segala karunia-Nya*

### ***Karya ini ku persembahkan untuk:***

*Untuk kedua orang tuaku yang saya sayang dan saya hormati, yang telah memberikan dukungan Doa, dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya. Ayah saya (Sugeng Pribadi) dan Ibu saya (Rachmawati Syafi'i)*

*Kakak saya (Sukma Adila Pribadi) yang saya sayang, semoga dirimu sukses dan selalu dilancarkan serta dimudahkannya rezekinya untuk bisa menafkahi keluarga barunya. Selalu diberikan kesehatan semoga Allah SWT melindungimu dan sayang kepadamu*

*Sahabat-sahabatku*

*(Alfan, Gustiar, Vardyansyah, Fathiya, Yusta,)*

*Terima kasih atas motivasi, sikap positif, semangat, dan persahabatan sekaligus persaudaraan yang sangat membangun*

*Teman-teman seperjuangan Ikom angkatan 2017*

*Terima kasih atas segalanya untuk selama 5 tahun ini*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Framing Model Robert N. Entman pada video iklan Nike “Keep Moving: Yourself, The Future”**.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, S.Sos, M.A, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Dan juga selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan petunjuk dalam proses pembuatan skripsi ini sampai akhir.
3. Kepada kedua orang tua yang selalu mendukung dan memberikan semangat yang tinggi serta selalu mendoakan setiap saat dalam kelancaran proses mengerjakan skripsi ini. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan kepada kedua orang tua saya yang telah bekerja keras untuk

pendidikan putranya ini. Semoga kerja keras Ayah dan Ibu selama ini dapat kubalas dengan keberhasilan.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 16 Agustus 2021

(Dimas Harsha Seta Pribadi)



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	4
C. Tujuan penelitian.....	4
D. Manfaat penelitian.....	5
E. Kerangka pemikiran .....	6
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian teori.....	8
1. Iklan.....	8
2. Tujuan periklanan.....	11
3. Media massa.....	12
4. Media online.....	14
5. Framing .....	15

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Jenis penelitian .....	17
B. Subjek dan objek penelitian .....	17
C. Metode pengumpulan data .....	18
1. Sumber data.....	18
2. Teknik pengumpulan data.....	18
D. Teknik analisis data.....	19

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran umum penelitian .....	20
a. Profil Nike. Inc.....	20
b. Gambaran umum Nike. Inc.....	20
c. Visi dan misi .....	21
d. Sejarah Nike. Inc.....	21
B. Hasil penelitian.....	26
a. Gambaran umum iklan Nike "Keep Moving: Yourself The Future" 26	
b. Storyboard iklan Nike "Keep Moving: Yourself The Future" .....	29
c. Storyline iklan Nike "Keep Moving: Yourself The Future" .....	39
C. Pembahasan.....	45
D. Analisis interpretasi.....	60

### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Storyboard video iklan Nike .....	29
Tabel 4.2 Storyline video iklan Nike .....	39
Tabel 4.3 Analisis framing Robert N. Entman.....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Mengulas mencari jati diri gadis remaja pertama .....	46
Gambar 4.2 Mengulas mencari jati diri gadis remaja kedua.....	47
Gambar 4.3 Mengulas mencari jati diri gadis remaja ketiga .....	48
Gambar 4.4 Mengulas latar belakang keluarga gadis remaja kedua .....	49
Gambar 4.5 Mengulas masalah yang dialami gadis remaja ketiga .....	50
Gambar 4.6 Mengulas masalah yang dialami gadis remaja pertama .....	51
Gambar 4.7 Mengulas masalah yang dialami gadis remaja kedua .....	52
Gambar 4.8 Mengulas masalah yang dialami gadis remaja ketiga .....	53
Gambar 4.9 Adegan berlatih sepak bola oleh ketiga gadis remaja .....	54
Gambar 4.10 Adegan persiapan kompetisi oleh ketiga gadis remaja .....	55
Gambar 4.11 Adegan pertandingan sepak bola oleh ketiga gadis remaja.....	57
Gambar 4.12 Adegan telah menemukan jati diri oleh ketiga gadis remaja .....	58
Gambar 4.13 Adegan telah menemukan jati diri oleh ketiga gadis remaja .....	59

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT N. ENTMAN PADA VIDEO IKLAN NIKE “KEEP MOVING: YOURSELF, THE FUTURE”**

**DIMAS HARSHA SETA PRIBADI**

**17240562**

Video iklan Nike “Keep Moving: Yourself, The Future” adalah sebuah iklan olahraga yang menceritakan ketiga gadis remaja yang berjuang menghadapi krisis identitas dengan kekuatan olahraga. Mereka percaya olahraga memiliki kekuatan untuk menunjukkan seperti apa dunia yang lebih baik yang pada akhirnya mereka menemukan jati diri yang sebenarnya. Peneliti menggunakan analisis framing model Robert N. Entman. Yang terdapat empat aspek antara lain define problem (mendefinisian masalah), diagnose cause (memperkirakan masalah atau sumber masalah), make moral judgement (membuat keputusan moral), treatment recommendation (penyelesaian masalah). Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan metode penelitian deskriptif kualitatif pada informasi data yang diambil dari video iklan di YouTube. Peneliti menganalisis beberapa adegan atau tayangan. Dari tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pembingkai dari adegan iklan Nike tersebut. Dalam video iklan Nike memperlihatkan sebuah adegan oleh ketiga gadis remaja mengalami perundungan yang disebabkan soal ras atau perbedaan lainnya.

**Kata Kunci:** Framing, Iklan Nike, Media Online