

## DAFTAR ISI

|                                                                   |      |
|-------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                         | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                          | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                                          | iv   |
| MOTTO .....                                                       | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                                         | vi   |
| KATA PENGANTAR.....                                               | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                                   | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                               | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                                                 | xii  |
| ABSTRAK.....                                                      | xiii |
| ABSTRACT .....                                                    | xiv  |
| BAB I .....                                                       | 1    |
| PENDAHULUAN.....                                                  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                           | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                         | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                       | 9    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                      | 9    |
| 1.5 Kerangka Teori.....                                           | 11   |
| 1.5.2 Kerangka Pemikiran.....                                     | 14   |
| BAB II.....                                                       | 15   |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                                             | 15   |
| 2.1 Analisis Resepsi.....                                         | 15   |
| 2.2 Iklan <i>Out-of-Home</i> (OOH).....                           | 18   |
| 2.3 <i>Copywriting</i> dalam Iklan <i>Out of Home</i> .....       | 19   |
| 2.4 Komunikasi Pemasaran Olahraga.....                            | 22   |
| 2.5 <i>Fandom</i> & Budaya Rivalitas <i>Fans</i> Sepak Bola ..... | 24   |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....                                    | 27   |
| BAB III .....                                                     | 38   |
| METODE PENELITIAN.....                                            | 38   |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                         | 38   |

|                                                                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.2 Subjek Penelitian .....                                                                                                   | 41  |
| 3.3 Objek Penelitian .....                                                                                                    | 43  |
| 3.4 Sumber Data .....                                                                                                         | 45  |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                             | 47  |
| 3.6 Teknik Keabsahan Data .....                                                                                               | 53  |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....                                                                                                 | 58  |
| BAB IV .....                                                                                                                  | 61  |
| HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                                                                                    | 61  |
| 4.1 Deskripsi Iklan OOH Premier League 2024/2025 oleh Vidio Dot Com.....                                                      | 61  |
| 4.2 Profil Informan.....                                                                                                      | 65  |
| 4.3 Pemahaman Informan Dalam Memaknai “Humor” Pada Iklan <i>Billboard</i> yang dibuat Vidio Dot Com untuk EPL 2024/2025 ..... | 71  |
| 4.4 Latar Belakang Pengetahuan Tentang Klub yang Didukung .....                                                               | 79  |
| 4.5 Pemaknaan Informan terhadap Produksi dan Kepentingan Konten Media.....                                                    | 89  |
| 4.6 Peran Media Komunikasi dalam Membentuk Pemaknaan Informan .....                                                           | 96  |
| 4.7 Dinamika Pemaknaan Audiens dalam <i>Focus Group Discussion</i> (FGD).....                                                 | 102 |
| 4.8 Posisi Informan Dalam Memaknai “Humor” Pada Iklan <i>Billboard</i> yang dibuat Vidio Dot Com untuk EPL 2024/2025 .....    | 109 |
| 4.9 Pembahasan.....                                                                                                           | 115 |
| BAB V.....                                                                                                                    | 152 |
| PENUTUP .....                                                                                                                 | 152 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                          | 152 |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                | 154 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                                                           | 156 |
| LAMPIRAN.....                                                                                                                 | 159 |