



ANALISIS DAYA TARIK IKLAN PRODUK ROKOK GUDANG GARAM MERAH DI MEDIA TELEVISI DIKALANGAN KHALAYAK

(Analisis Daya tarik Iklan Produk Rokok Gudang Garam Merah Versi Abadi Kiriman Kilat
di Media Televisi dikalangan Mahasiswa Aktif Semester Genap 2010/2011 Fakultas Ilmu
Komunikasi Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

Disusun Oleh :
MERCU BUANA

ZAIRINA NUR SADIQA

44307010014

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION
JAKARTA**

2011



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Daya tarik Iklan Produk Rokok Gudang Garam Merah Versi
Abadi Kiriman Kilat di Media Televisi dikalangan Mahasiswa Aktif
Semester Genap 2010/2011 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Mercu Buana

Nama : Zairina Nur Sadiqa

NIM : 44307010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 19 Juli 2011

Mengetahui

Pembimbing I

(Utje Usman Slamet,DM,M.si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Analisis Daya tarik Iklan Produk Rokok Gudang Garam Merah Versi
Abadi Kiriman Kilat di Media Televisi dikalangan Mahasiswa Aktif
Semester Genap 2010/2011 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Mercu Buana

Nama : Zairina Nur Sadiqa

NIM : 44307010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 19 Juli 2011

Mengetahui,
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

1. Ketua Sidang
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

().

2. Penguji Ahli
Farid Hamid, M. Si.

()

3. Pembimbing I
Utje Usman Slamet, DM, M.si

()



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Judul : Analisis Daya tarik Iklan Produk Rokok Gudang Garam Merah Versi
Abadi Kiriman Kilat di Media Televisi dikalangan Mahasiswa Aktif
Semester Genap 2010/2011 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Mercu Buana

Nama : Zairina Nur Sadiqa

NIM : 44307010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 19 Juli 2011

Disetujui dan Diterima oleh,
Pembimbing I

(Utje Usman Slamet, DM, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan banyak kesempatan dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis mengambil judul “ analisis Daya Tarik Iklan Produk Rokok Gudang Garam Merah di Media Televisi”. Penyusunan skripsi ini merupakan pertanggung jawaban akademis yang wajib ditempuh dalam penyelesaian akhir kuliah untuk memperoleh gelar S-1 Marketing communication & Advertising Fakultas Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya.
2. Mansur Achmad & Niza Rasyid Ali (*my lovely parents*), Amelia Ferizni, Qudsiah Firdausi dan Reniza Nazwa (*my lovely sister*)
3. Ibu Tri Diah Cahyowati selaku Kepala Program Studi Marcomm. & Advertising, Bapak Utje Usman selaku pembimbing skripsi dan Bapak Farid Hamid selaku penguji ahli sidang. Terima Kasih banyak.
4. Untuk seluruh dosen dan karyawan Fakultas Komunikasi, karena tanpa mereka semua penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Wimpie Teguh Santosa (*my lovely*), Sahabat - sahabatku nun jauh dimata dekat dihati (sisil, enday, idal,...) dan temen-temen dancor yang sudah mensupport (ka nyoman, amel, ka mey...)

6. Sahabat – sahabatku di Univ. Mercu Buana (Marcomm'07... Semangat ^.^) dan
7. Semua pihak yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dorongan dari semua pihak .



Jakarta, Juli 2011

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman Judul

Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	ii
Lembar Lulus Sidang Skripsi.....	iii
Lembar Perbaikan Sidang Skripsi.....	iv
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	xi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi.....	7
2.2 Iklan.....	11
2.2.1 Periklanan.....	11
2.2.2 Klasifikasi Periklanan.....	12
2.2.3 Fungsi Periklanan.....	14
2.2.4 Sasaran Periklanan.....	15

2.3 Konsep Kreativitas Periklanan.....	16
2.4 Daya Tarik Iklan.....	18
2.5 Media Periklanan.....	25
2.5.1 Televisi Sebagai Salah Satu Media Periklanan.....	27
2.5.2 Iklan TV yang Efektif.....	30
2.5 Khalayak.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	34
3.4.1 Definisi Konsep.....	34
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Sejarah dan Profil PT. Gudang Garam Merah Tbk.....	48
4.1.2 Sekilas Tentang Produk Gudang Garam Merah.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Identitas Responden.....	52

4.2.2 Terpaan Media.....	54
4.3 Analisis Deskriptif.....	55
4.4 Pembahasan.....	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data Mahasiswa Aktif Fakultas ilmu Komunikasi Kelas Reguler Universitas Mercu Buana Semester Genap Tahun Akademik 2010/2011.....	35
Tabel 3.2	Operasional Konsep.....	38
Tabel 3.3	Akumulasi Interval Penilaian variabel.....	43
Tabel 3.4	Akumulasi Interval Penilaian variabel.....	44
Tabel 3.5	Akumulasi Skala Likert Daya tarik.....	45
Tabel 3.6	Akumulasi Skala likert Daya Tarik.....	46
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Terpaan Media Televisi.....	54
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Menonton Iklan.....	55
Tabel 4.5	Pesan iklan rokok Gudang Garam Merah dimedia televisi sangat jelas sehingga mudah dipahami.....	56
Tabel 4.6	Pesan iklan rokok Gudang Garam Merah dimedia televisi sangat menarik.....	57
Tabel 4.7	Tata suara atau audio berupa latar belakang musik dalam iklan rokok Gudang Garam Merah suaranya jernih dan enak.....	59
Tabel 4.8	Tata suara atau audio berupa latar belakang musik dalam iklan rokok Gudang Garam Merah sangat menarik.....	60
Tabel 4.9	Bintang Iklan yang membawakan iklan rokok Gudang Garam Merah mampu mempengaruhi pemirsa dengan apa yg dilakukan.....	62
Tabel 4.10	Bintang Iklan yang membawakan iklan rokok Gudang Garam Merah membuat konsumen tertarik.....	63

Tabel 4.11	Dialog dalam iklan rokok Gudang Garam Merah (non verbal/ bahasa tubuh)sangat mengena dan menyentuh perasaan.....	65
Tabel 4.12	Dialog dalam iklan rokok Gudang Garam Merah (non verbal/ bahasa tubuh) membuat konsumen tertarik.....	66
Tabel 4.13	Penampilan visual atau gambar menciptakan persepsi dalam pesan iklan rokok Gudang Garam Merah dengan ekspresi wajah, isyarat dan gerakan tubuh sudah mengena dan tepat.....	68
Tabel 4.14	Penampilan visual atau gambar menciptakan persepsi dalam pesan iklan rokok Gudang Garam Merah telah mampu menyampaikan konsep dengan menarik.....	69
Tabel 4.15	Pengaturan Alur dan isi cerita iklan rokok Gudang Garam Merah secara keseluruhan sangat jelas.....	71
Tabel 4.16	Pengaturan Alur dan isi cerita iklan rokok Gudang Garam Merah membuat konsumen tertarik dalam iklan ini.....	72
Tabel 4.17	Akumulasi Penilaian per Dimensi.....	74
Tabel 4.18	Akumulasi Skala Likert per Dimensi.....	75
Tabel 4.19	Akumulasi Keseluruhan Dimensi.....	76