

Anton Kurniawan (04303-081)

KECENDERUNGAN PENYAJIAN HEADLINE, VISUAL, DAN BODYCOPY
IKLAN DISPLAY INDOSAT DI SURAT KABAR HARIAN SEPUTAR
INDONESIA (Periode 1-30 April 2008)

x + 70 hal + 11 lampiran

Bibliografi 29 buku + 30 surat kabar harian seputar indonesia + 1 website

ABSTRAKSI

Salah satu sarana untuk beriklan adalah dengan media cetak. Media ini menyediakan berbagai jenis iklan. Pengiklan akan menempatkan iklannya yang menarik perhatian, dan salah satu iklan yang mendominasi adalah iklan display karena lebih cepat menarik perhatian pembaca dan informasinya cukup jelas. Indosat adalah salah satu yang beriklan iklan display. Indosat adalah salah satu provider jaringan komunikasi GSM dan CDMA terbesar dan produknya banyak digunakan masyarakat berbagai kalangan. Seputar Indonesia adalah salah satu koran nasional yang banyak tempat untuk beriklan cetak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan penyajian *headline*, *visual*, dan *bodycopy* pada iklan display produk Indosat yang ada di surat kabar Seputar Indonesia dalam periode bulan april 2008.

Periklanan merupakan bagian dari sebuah proses komunikasi. Harold Lasswell membicarakan proses komunikasi dibuat dalam bentuk-bentuk pertanyaan yaitu *Who, Say What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*.

Metode penelitian yang sesuai dengan penelitian ini adalah metode analisis isi. *Analisis isi* adalah suatu penelitian yang menggunakan teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis, dan kuantitatif. Bersifat kuantitatif karena dapat menggambarkan kesimpulan, mendeskripsikan hasil secara akurat. Disamping itu analisis isi bergantung pada tingkatan kategorisasi yang diformulasikan dengan jelas dan disesuaikan dengan masalah yang diteliti dan yang akan diuji.

Saran untuk iklan ini adalah Dalam penggunaan *headline*, sebaiknya menggunakan *Benefit headline*. Dalam penggunaan *visual*, *Product features* dan *Testimonial/endorsement by celebrity* dapat diterapkan. Dalam penggunaan *bodycopy* yaitu *Streight sell*