



SKRIPSI

**TINGKAT PERHATIAN KHALAYAK PEMBACA TERHADAP PERBEDAAN
PENEMPATAN IKLAN PADA SURAT KABAR HARIAN SINDO**

**Diajukan oleh :
Noval Bayu Wibawa
04302-061
Studi Periklanan**

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Satu (S1) Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
Jakarta
2010**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI PERIKLANAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Noval Bayu Wibawa
NIM : 04302-001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : TINGKAT PERHATIAN KHALAYAK PEMBACA
TERHADAP PENEMPATAN IKLAN PADA SURAT
KABAR HARIAN KORAN SINDO

Mengetahui,

Pembimbing I

(Drs. Ahmad Mulyana, M.si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI PERIKLANAN

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Noval Bayu Wibawa
NIM : 04302- 061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : TINGKAT PERHATIAN KHALAYAK PEMBACA
TERHADAP PERBEDAAN PENEMPATAN IKLAN
PADA SURAT KABAR HARIAN SINDO

Jakarta, Februari 2010

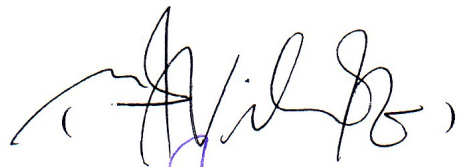
1. Ketua Sidang

Dra. Nurprapti W.W, M.Si

()

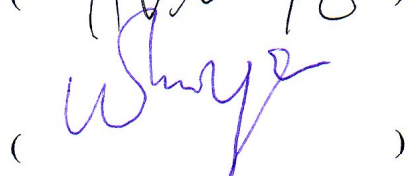
2. Penguji Ahli

SM. Niken Restaty, S.sos, M.Si

()

3. Pembimbing I

Drs. Ahmad Mulyana, M.Si

()



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI PERIKLANAN**

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Noval Bayu Wibawa
NIM : 04302-061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : TINGKAT PERHATIAN KHALAYAK PEMBACA
TERHADAP PERBEDAAN PENEMPATAN IKLAN
PADA SURAT KABAR HARIAN SINDO

Jakarta, Februari 2010

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I

(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)
Mengetahui ,

Dekan FIKOM UMB

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, ridho, hidayah dan karunia, atas kehendak-nya. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan oleh Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “TINGKAT PERHATIAN KHALAYAK PEMBACA TERHADAP PERBEDAAN PENEMPATAN IKLAN PADA SURAT KABAR HARIAN SINDO“ sebagai salah satu prasarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Srata 1 (S1).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, kiranya sulit bagi penulis untuk menyelesaikan kegiatan dan penyusunan skripsi ini. Dengan segala hormat dan kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku pembimbing I, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta kesabarannya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Ayahanda & Ibunda tercinta yang telah banyak membantu secara materil maupun spiritual, memberikan semangat serta memberikan doa dan motivasi agar penulis selalu diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.
3. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Drs. Ahmad Mulyana, M.Si, Ketua Bidang Studi Periklanan, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih memberikan izin penulis untuk menyusun skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Periklanan, Universitas Mercu Buana. Terima kasih yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu yang bermanfaat.
6. Bapak Dekel (Dewan Kelurahan) Kapuk, terima kasih yang telah memberikan izin penyebaran kuesioner.
7. Kakak-kakak ku (Odink & Ika), adik ku Nina yang selalu memberikan semangat dan bantuan baik secara materil maupun spiritual kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta keponakanku yang menghibur hari-hari penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman Advertising'02, Teguh, Rio, Ramon, Roni, Wiwit, Bewok, Uus, Sapta, Vivi, (Terima kasih atas pinjaman bukunya ya)serta semua fakultas komunikasi'02, dan yang lain-lain yang tidak disebutkan satu persatu disini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	.ii
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	.iii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	.iv
ABSTRAKSI	.v
KATA PENGANTAR	.vi
DAFTAR ISI	.viii
DAFTAR TABEL	.x

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Permasalahan	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi	8
2.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu	13
2.3. Efek Komunikasi	13
2.4. Pengertian Periklanan	14
2.5. Efektivitas Iklan	15
2.6. Perhatian (attention)	17
2.7. Penempatan Iklan	21
2.8. Perbandingan Iklan Berdasarkan Halaman.....	

BAB III

METODOLOGI

3.1. Tipe/Sifat Penelitian	22
3.2. Metode Penelitian	22
3.3. Populasi dan Sampel	23
3.4. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.5. Definisi Konsep	25
3.6. Operasionalisasi Konsep	26
3.7. Teknik Pengumpulan Data	27
3.7.1 Kuesioner	28
3.7.2 Studi Kepustakaan	28
3.8. Pengolahan dan Analisa Data	28

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Tentang Iklan MEZZO	34
4.2. Hasil Penelitian	33
4.3. Karakteristik Responden	34
4.4. Tingkat Perhatian Pembaca Terhadap Perbedaan Penempatan Iklan	38
4.5. Pembahasan	48

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	52
5.2.	Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Operasionalisasi Konsep	26
Tabel 4.1.	Usia Responden	32
Tabel 4.2.	Pendidikan Responden	33
Tabel 4.3.	Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 4.4.	Pekerjaan Responden	35
Tabel 4.5.	Suka Tidaknya Responden Membaca Koran Sindo	36
Tabel 4.6.	Perhatian Responden Melihat Iklan pada Koran Sindo	36
Tabel 4.7.	Intensitas Responden Melihat Iklan Koran Sindo	37
Tabel 4.8.	Perhatian Responden Terhadap Unsur Iklan Koran Sindo	38
Tabel 4.9.	Perhatian Terhadap Ukuran Iklan Koran Sindo	39
Tabel 4.10.	TingkatPerhatian Terhadap Ukuran Iklan Koran Sindo	40
Tabel 4.11.	Perhatian Responden Terhadap Warna Iklan	41
Tabel 4.12.	Tingkat Perhatian Terhadap Warna Iklan	42
Tabel 4.13.	Perhatian Responden Terhadap Penempatan Iklan Pada Koran Sindo	43
Tabel 4.14	Tingkat Perhatian Terhadap Penempatan Iklan	44
Tabel 4.15	PerhatianTerhadap Teks Iklan Pada Koran Sindo	45
Tabel 4.16	Tingkat Perhatian Terhadap Teks IKlan	46
Tabel 4.17	Perhatian Responden Terhadap Desain Iklan Perusahaan	47
Tabel 4.18	Tingkat Perhatian Responden Terhadap Desain Iklan	48