



**POLA PENGGUNAAN STRATEGI KREATIF IKLAN MOBIL
DI SURAT KABAR HARIAN KOMPAS**

(SUATU STUDI ANALISA ISI IKLAN MOBIL DI HARIAN KOMPAS
PERIODE 01 JULI s/d 31 DESEMBER 2006)

S K R I P S I

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Strata Satu (Sarjana Komunikasi)
Program Studi Advertising & Marketing Communications

DISUSUN OLEH

NAMA : SUGENG WIDODO
NIM : 0430212-032
JURUSAN : Advertising & Marketing communications

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
JAKARTA 2010



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : POLA PENGGUNAAN STRATEGI KREATIF IKLAN MOBIL
DI SURAT KABAR HARIAN KOMPAS (Suatu Studi Analisa Isi
Iklan Mobil Di Harian Kompas Periode 01 Juli S/D 31 Desember 2006)

Nama : Sugeng Widodo

NIM : 0430212-032

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marcom & Advertising

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Endah Muwarni, M.Si)



LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Sugeng Widodo
 NIM : 0430212-032
 Fakultas : Ilmu Komuniksai/Periklanan
 Jurusan : Marcom & Advertising
 Judul Skripsi : POLA PENGGUNAAN STRATEGI KREATIF IKLAN MOBIL
 DI SURAT KABAR HARIAN KOMPAS (Suatu Studi Analisa Isi
 Iklan Mobil Di Harian Kompas Periode 01 Juli S/D 31 Desember
 2006)

Jakarta, 05 Februari 2010

Ketua Sidang

Nama : Drs. Hardiyanto, M.Si

(.....)

Penguji Ahli

Nama : Afdal Makkuraga Putra, S.Sos, MM M.Si

(.....)

Pembimbing

Nama : Dr. Endah Muwarni, M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : POLA PENGGUNAAN STRATEGI KREATIF IKLAN MOBIL
DI SURAT KABAR HARIAN KOMPAS (Suatu Studi Analisa Isi
Iklan Mobil Di Harian Kompas Periode 01 Juli S/D 31 Desember
2006)
Nama : Sugeng Widodo
NIM : 0430212-032
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marcom & Advertising

Jakarta, 20 Februari 2010

DISETUJUI DAN DITERIMA OLEH

Pembimbing

(Dr. Endah Muwarni, M.Si)

MENGETAHUI

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Program Studi Marcom & Advertising

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

"Mimpi tidak hanya membantu Anda berhadapan dengan kegagalan, tetapi mereka juga memotivasi Anda secara konstan"

"Mimpi masa kini adalah kenyataan hari esok"

.

"Anda bisa, jika Anda berpikir bisa, selama akal mengatakan bisa. Batasan apakah sesuatu masuk akal atau tidak, kita lihat saja orang lain, jika orang lain telah melakukannya atau telah mencapai impiannya, maka impian tersebut adalah masuk akal"

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillaahirobbil 'Alamin

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan yang maha pengasih lagi maha penyayang, pemberi rahmat, karunia serta hidayah, yang telah memberikan kemudahan sehingga skripsi ini dapat rampung. Sholawat serta salam kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi akhir pembawa kebenaran.

Penulis menyadari, skripsi ini bukan suatu yang *instant*. Skripsi ini merupakan buah dari suatu proses yang panjang, menyita segenap tenaga dan pikiran, tanpa segenap motivasi, kesabaran, kerja keras, dan do'a, mustahil skripsi ini dapat selesai. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis sadar masih banyak kekurangan pada skripsi ini, oleh karenanya mohon kiranya untuk dimaklumi. Skripsi ini berjudul "Pola Penggunaan Strategi Kreatif Iklan Mobil Di Surat Kabar Harian Kompas Periode Juli-Desember 2006".

Dengan segala kerendahan hati, ucapan terima kasih penulis berikan kepada:

1. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
2. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Ketua Program Studi Marcom & Advertising.
3. Dr. Endah Muwarni, M.Si, dengan sabar telah berkenan memberikan arahan, petunjuk dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Drs. Hardiyanto, M.Si, yang telah berkenan menjadi ketua sidang pada sidang skripsi penulis.
5. Bapak Afdal Makkuraga Putra, S.Sos., MM M.Si, yang telah berkenan menjadi penguji ahli pada sidang skripsi penulis.
6. Ibu SM Niken Restaty, M.Si, selaku pembimbing akademik yang selalu disibukan oleh penulis setiap semesternya, dan segenap staf pengajar - Bapak Drs. Akhmad Mulyana, M.Si., dan Ibu Nurprapti WW, M.Si.
7. Bapak Alm. H. Rachmad Suyatin bin Sami'an dan Ibu Sumarsi, orang tua saya, yang telah membesarkan dan mendidik saya. Terima kasih sekaligus permohonan maaf kepada beliau berdua, dengan dukungan, pengorbanan serta kasih sayang yang tak terhingga banyaknya, penulis dapat melanjutkan pendidikan hingga perguruan tinggi. Segenap keluarga besar, kepada adik-

adikku, Aris Wibowo (Bowo), dan Widi Febriansyah (Febri) terima kasih atas dukungan kalian.

8. Keluarga sebagai motivator utama saya. Kata-kata semangat dari istriku tercinta (Aprianti) membangkitkan semangat saat mulai menurun. Tingkah polah sang buah hati (Keysha Aulia Syazwina), meski sering kali berupa keributan-keributan, *amazingly*, malah menyemangati Ayah untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Para sejawat penulis di UMB, Tommy, Agustinus, Arif, Mba Dewi, Rahmat, Inco (thanks bro udah referensiin mas Ready untuk jadi koder dalam penelitian saya), Mame, Andi, Muslimin, Zaka dan semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.
10. Mas Ready dan Nanda yang telah berkenan menjadi koder saya, *thank alot*
11. Staf Tata Usaha FIKOM, Mas Mawi, Pak Hari, Pak Jack dan yang lainnya yang selalu dibuat repot oleh penulis, terima kasih
12. Semua pihak yang mustahil saya sebutkan satu per satu, yang telah berjasa kepada penulis. Kiranya Tuhan membalas kebaikan mereka semua.

Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dan bisa menjadi referensi bagi rekan-rekan lainnya untuk menyelesaikan skripsinya, semoga karya yang sederhana ini menjadi awal dari produktifitas pribadi saya di masa-masa mendatang agar lebih dewasa dalam bersikap, termasuk kewajiban berbakti kepada agama, bangsa, negara serta keluarga saya tercinta. Amin.

Jakarta, 20 Februari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II : KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Pengertian Periklanan	10
2.2 Strategi Kreatif	12
2.3 Elemen-Elemen Iklan Cetak	18
2.3.1 Elemen Copywriting	18
2.3.2 Elemen Visual	21
2.3.3 Daya Tarik Pesan	25
2.4 Karakteristik Surat Kabar	25
2.4.1 Kekuatan Media Surat Kabar	27
2.4.2 Keterbatasan Media Surat Kabar	28
2.4.3 Jenis-Jenis Iklan Pada Surat Kabar	29
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Sifat Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sample	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Unit Analisis	34
3.6 Coder	34
3.7 Definisi Kategorisasi Dan Kategorisasi	34

3.7.1 Definisi Kategorisasi	34
3.7.2 Kategorisasi	35
3.8 Reliabilitas	45
3.9 Teknik Analisa Data	46
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Copywriting Iklan Mobil	48
4.1.2 Visual Iklan Mobil	73
4.1.3 Daya Tarik Iklan Mobil	83
4.2 Pembahasan	86
BAB V : PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel Automobile Advertising Expenditure Total Spending	3
Tabel 1 Headline	50
Tabel 2 Headline Berdasarkan Jenis Produk	54
Tabel 3 Subheadline	63
Tabel 4 Subheadline Berdasarkan Jenis Produk	64
Tabel 5 Bodycopy	67
Tabel 6 Bodycopy Berdasarkan Jenis Produk	69
Tabel 7 Ilustrasi	74
Tabel 8 Ilustrasi Berdasarkan Jenis Produk	76
Tabel 9 Teknik Ilustrasi	78
Tabel 10 Teknik Ilustrasi Berdasarkan Jenis Produk	80
Tabel 11 Warna Dominan	81
Tabel 12 Warna Dominan Berdasarkan Jenis Produk	82
Tabel 13 Daya Tarik	84
Tabel 14 Daya Tarik Berdasarkan Jenis Produk	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Visualisasi Iklan Mobil Periode Juli-Desember 2006

Lampiran 2 Kategorisasi Iklan Secara Urut

Lampiran 3 Tabel Coder

Lampiran 4 Kategorisasi Versi Coder