

ABSTRAKSI

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Periklanan

DWI ARI WIBOWO (04300-020)

KECENDERUNGAN PENERAPAN STRATEGI KREATIF IKLAN TV TIPE PLASMA DI HARIAN KOMPAS EDISI BULAN JULI SAMPAI DENGAN SEPTEMBER 2005

V + 77 hal, 2 tabel, 4 lampiran

Televisi adalah salah satu media elektronik yang sangat di butuhkan oleh masyarakat, televisi merupakan sarana komunikasi massa, yang dapat menyajikan informasi-informasi secara langsung. TV Plasma adalah penemuan baru dalam dunia elektronik, yaitu televisi layar datar dengan jenis memanjang, tipis dan beratnya yang ringan membuatnya berbeda dengan TV lainnya.

Penelitian ini menganalisa kecenderungan penerapan strategi kreatif seperti apa yang terlihat pada iklan TV tipe Plasma pada harian KOMPAS dalam tiga bulan, dengan melihat pada kategori-kategori tertentu yang terdapat pada iklan tersebut, Periode bulan Juli hingga bulan September terdapat 9 iklan TV tipe Plasma yang mengiklankan produk TV Plasma.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode analisis isi (*contents analysis*). Metode analisis isi digunakan untuk mendeskripsikan kecenderungan penerapan strategi kreatif pada iklan TV tipe Plasma berdasarkan elemen *copywriting* dan elemen visual serta daya tarik pesan. Populasi pada penelitian ini adalah iklan TV tipe Plasma pada surat kabar harian KOMPAS dari bulan Juli hingga bulan September 2005, sedangkan tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive* sampel.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa iklan TV tipe Plasma periode bulan Juli hingga bulan September 2005, pada kategori *headline* 55,6% menggunakan *Emotional headline*, *subheadline* 56,6% menggunakan *Subheadline*, *bodycopy* 44,4% menggunakan *picture and caption copy*, *flash* 77,8% menggunakan *flash*, kategori *baseline* 100% menggunakan *baseline*, pada elemen visual 55,6% menggunakan *show the produk*, 100% menggunakan menggunakan *show the product*, tehnik ilustrasi 100% menggunakan *photography*, warna iklan 77,8% menggunakan iklan berwarna (*full color*), warna dominan 22,2% dan warna tema 77,8% menggunakan warna biru, daya tarik pesan 55,6% menggunakan daya tarik rasional dan *typografi* 55,6% menggunakan *modern serif*.

Kesimpulannya adalah bahwa adanya kecenderungan Iklan TV tipe Plasma di harian Kompas edisi bulan Juli hingga September 2005, *headline* menggunakan *emotional headline*, *subheadline* menggunakan *subheadline*, *bodycopy* menggunakan *picture and caption copy*, ilustrasi menggunakan *show the product in use*, tehnik ilustrasi menggunakan *photography*, warna menggunakan berwarna (*full color*), daya tarik pesan menggunakan menggunakan daya tarik rasional / *informasional*, *typografi* menggunakan *modern serif*.