



MERCU BUANA

**TINGKAT PERSAINGAN PENDAPATAN IKLAN MAJALAH GATRA
DAN TEMPO EDISI NOVEMBER 2004 SAMPAI FEBRUARI 2005**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar sarjana Strata 1 (S1)
Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh

**Nama : ACHMAD ZAINUDIN
NIM : 04300-001
JURUSAN : PERIKLANAN**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : TINGKAT PERSAINGAN PENDAPATAN IKLAN MAJALAH
GATRA DAN TEMPO EDISI BULAN NOVEMBER 2004
SAMPAI FEBRUARI 2005

Nama : Achmad Zainudin

NIM : 04300-001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing I

(Nurprapti.WW, S.Sos, M.Si)

Pembimbing II

(Sugihantoro, S.Sos)



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Achmad Zainudin
Nim : 04300-001
Fakultas : Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : TINGKAT PERSAINGAN PENDAPATAN IKLAN MAJALAH
GATRA DAN TEMPO EDISI NOVEMBER 2004 SAMPAI
FEBRUARI 2005

Jakarta, 10 Februari 2006

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang

Nama : Drs. Akhmad Mulyana, M.Si.

Penguji Ahli

Nama : Dra. Endah Muwarni, M.Si.

Pembimbing I

Nama : Nurprapti WW, S.Sos. M.Si.

Pembimbing II

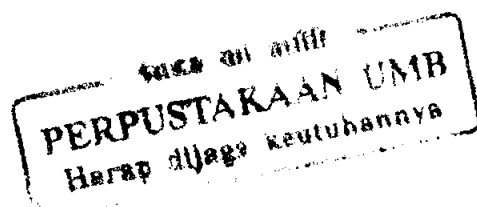
Nama : Sugihantoro, S.Sos.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)





MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : TINGKAT PERSAINGAN PENDAPATAN IKLAN MAJALAH
GATRA DAN TEMPO EDISI NOVEMBER 2004 SAMPAI
FEBRUARI 2005

Nama : Achmad Zainudin

NIM : 04300-001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Periklanan

Jakarta, 10 Februari 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA OLEH

Pembimbing I

(Nurprapti WW, S.Sos, M.Si)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Pembimbing II

(Sugihantoro, S.Sos)

MENGETAHUI

Dekan Fakultas Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi Advertising

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbill alamin

Penulis panjatkan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, karunia serta hidayah yang telah diberikan-Nya, sehingga pada waktunya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tingkat Persaingan Pendapatan Iklan Majalah Gatra Dan Tempo Edisi November 2004 Sampai Februari 2005”

Adapun pelaksanaan waktu penelitian ini dilaksanakan pada semester 10 dan 11 dengan jangka waktu 3 Oktober 2005 sampai dengan 30 Januari 2006.

Pembuatan skripsi ini merupakan ujian yang terberat dibandingkan ujian-ujian yang telah penulis tempuh di kampus ini, dengan banyak bantuan dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan bantuan, dorongan serta do'a oleh karena itu dengan hati yang tulus penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
2. Ibu Nurprapti W. Widyastuti, S.Sos, M.Si, selaku pembimbing I yang bersedia meluangkan waktunya dan memberi banyak masukan untuk penulis.
3. Bapak Sugihantoro, S.Sos, selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya yang padat untuk membimbing penulis.
4. Bapak Drs. Akhmad Mulyana, M.Si yang telah bersedia menjadi Ketua Sidang pada sidang skripsi penulis.
5. Ibu Dra. Endah Muwarni, M.Si selaku penguji ahli pada sidang skripsi penulis dan juga Pembimbing Akademik yang selalu disibukan oleh penulis setiap semesternya.
6. Staf Tata Usaha FIKOM diantaranya Mas Mawi, Pak Hari, Mbak Lila, Mas Erpan, Pak Jack dan yang lainnya yang selalu direpotkan penulis untuk urusan surat menyurat dan keperluan skripsi lainnya. Dan juga Staf pengajar (tim Dosen) ilmu komunikasi khususnya jurusan Periklanan.
7. Untuk teman-teman yang memberikan semangat di saat penulis putus asa dan selalu ada untuk mendukung penulis baik disaat senang maupun pada saat sulit terima kasih banyak juga telah memberi banyak masukan dan untuk semua yang

menyenangkan bersama teman-teman yang mendukung penulis dalam melakukan skripsi ini terlebih lagi saat magang yang membutuhkan waktu setahun dalam mencari tempat, walaupun akhirnya sendiri dalam menjalankan magang di PT.Era Media Informasi, dan teman-teman yang selalu membantu penulis dengan tanpa pamrih Adv'00 Dini, Epoy, Niqen, Evie, Merry, Lani, Bhucex, Zaki, Azizi + Hana, Erick, Daw, Erwin, Rian, Jamil, Willy, Farhan, Kiki, Ferdi, Njet, Noki, Donny, dan A-Bocor, Bagug, Arive, Acun+Dewi, Anjas, Tile, Mia, Niar, Maul, Jody, Away+ayu, Bojong, Amir karim, Alay, Anis, Ibenk, Aga, Ute, Jaya, Abie, Agung, Tege dan Q-chan, wahyu, pur, Raymone, karso.

8. Untuk PT.Era Media Informasi, Manager iklan bpk. Zaini Husein dan bpk.Wiradtmadinata, SH seorang *copywriter* senior dan bpk. Jayani *copywriter* yang telah membantu penulis dalam membuat berita dan juga untuk semua bagian iklan, Sekretaris mb'a Ayu Yunita dan *Account Executive* Desy Madona, bagian Riset Heriyanto Chan dan bagian SDM mb'a Ayu lalu bagian *Trafic* Ibu Vinca & Ibu Cicih.
9. Untuk PT.Tempo Inti media, Bagian SDM mb'a Evi & Ocha dan juga untuk semua bagian iklan, *Account Executive* Ibu Melly Rasyid.
10. Untuk keluarga di rumah, papa dan mama yang selalu memberikan do'a yang terbaik, dan kakak Mochamad Junaedi S.Kom, UI' 94, kakak Sri Andriyani S.Pd UNJ' 96, untuk adik Endang S.Hum, selamat yang baru wisuda di sastra Jerman UI' 01.

Harapan penulis untuk rekan-rekan yang lain adalah jangan putus asa walaupun skripsi memang merupakan cobaan terberat dalam dunia kuliah dan mari jadikan cobaan ini sebagai warna-warni dunia.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat dan mendorong semangat untuk rekan lain untuk segera menyelesaikan skripsinya

Jakarta, 10 Februari 2006

Achmad Zainudin

DARTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
1. 1. Latar Belakang Masalah	1
1. 2. Rumusan masalah	7
1. 3. Tujuan Penelitian	7
1. 4. Signifikansi Penelitian	7
1. 4. 1. Signifikansi Teoritis	7
1. 4. 2. Signifikansi Praktis	7
 BAB II KERANGKA TEORI	
2. 1. Kerangka Teori	8
2. 1. 1. Teori <i>Niche Breadth</i>	10
2. 1. 2. Teori <i>Niche Overlap</i>	11
2. 2. Media Massa	12
2. 3. Majalah	13
2. 3. 1. Klasifikasi Majalah	14
a. <i>Consumer Magazine</i>	13
b. <i>Farm Magazine</i>	13
c. <i>Business Magazine</i>	13
d. <i>Lokal Magazine</i>	13

2. 3. 2. Karakteristik Majalah	15
a. Lebih Memungkinkan Perhitungan Hasil Iklan	15
b. Data-data Statistik Yang Tersedia	15
c. Peningkatan Kualitas Cetak	15
d. Kedalaman Liputan Pemberitaan dan Ketepatan	15
f. Mobilitas	15
g. Media Paling Efektif Dari Pada Media Lain Kecuali <i>direct-mail</i>	15
h. Majalah Fleksibel Untuk Memasang Iklan	15
i. Warna Majalah Terdiri Dari Spectrum Warna Yang Bagus	15
2.3.3. Kelebihan Dan Kekurangan Majalah Sebagai Media Periklanan	15
a. Khalayak Sasaran	15
b. Penerimaan Khalayak	16
c. <i>Long Life Span</i>	16
d. Kualitas <i>Visual</i>	16
e. Promosi Penjualan	16
f. <i>Fleksibilitas</i> Terbatas	17
g. Biaya Tinggi	17
h. Distribusi	17
i. Jangkauan Frakuensi	18
2.3.4. Sumber-Sumber Pendapatan Majalah	18
a. Laba Penjualan Majalah	18
b. Pemasukan Penjualan Ruang Iklan	18
2. 4. Iklan	18
2.4.1. Jenis-Jenis Iklan	21
a. Iklan Konsumen (<i>consumer advertising</i>)	21
b. Iklan Antar Bisnis (<i>business to business advertising</i>)	22
c. Iklan Perdagangan (<i>trade advertising</i>)	23
d. Iklan Eceran (<i>retail advertising</i>)	24

e. Iklan Keuangan (<i>financial advertising</i>)	25
f. Iklan Rekrutmen (<i>recruitment advertisng</i>)	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3. 1. Sifat Penelitian	27
3. 2. Metode Penelitian	27
3. 3. Objek Penelitian	28
3. 4. Kategorisasi Dan Operasionalisasi Konsep	28
3.4.1. Kategorisasi	28
3.4.2. Operasionalisasi Kategorisasi	29
3. 5. Teknik Pengumpulan Data	31
3. 8. Pengolahan dan Analisa Data	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4. 1. Hasil Penelitian	33
4. 1. Tabel Iklan Majalah Gatra	33
4. 2. Tabel Iklan Majalah Tempo	36
4. 2. 1. Penjabaran Isi Iklan Elektronik&Telekomunikasi	48
4. 2. 2. Penjabaran Isi Iklan Kebutuhan Rumah Tangga	51
4. 2. 3. Penjabaran Isi Iklan Rokok	53
4. 2. 4. Penjabaran Isi Iklan Bank&Layanan Keuangan	55
4. 2. 5. Penjabaran Isi Iklan Otomotif&Sport	58
4. 2. 6. Penjabaran Isi Iklan Pariwisata,Hotel&Hiburan	61
4. 2. 7. Penjabaran Isi Iklan Kampanye Citra	62
4. 2. 8. Penjabaran Isi Iklan Dan Lain-lain	64
a. Analisa <i>niche breadt</i> Tempo Dan Gatra	67
b. Analisa <i>niche overlap</i> Gatra Dan Tempo	69
4. 2. 9. Grafik Persentase	
4. 2. Pembahasan	82

BAB V PENUTUP

5. 1. Kesimpulan	83
5. 2. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA	xi
----------------	----

LAMPIRAN	xii
----------	-----

Sejarah singkat majalah, visi dan misi serta profil pembaca majalah Tempo

Sejarah singkat majalah, visi dan misi serta profil pembaca majalah Gatra

