



MERCU BUANA

**POLA PENERAPAN ELEMEN IKLAN CETAK PADA IKLAN
DISPLAY FULL PAGE DI SURAT KABAR KOMPAS PERIODE
APRIL 2004**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

UNIVERSITAS
Nama : Muhamad Wachyu Wibowo
MERCU BUANA
Nim : 04399-058

Jurusan : Advertising & Marketing Communication

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



Pola Penerapan Elemen Iklan Cetak Pada Iklan Display Full Page Di Surat Kabar Harian Kompas Periode April 2004

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



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



MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Muhamad Wachyu Wibowo
Nim : 04399-058
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Advertising & Marketing Communication
Judul : Pola Penerapan Elemen Iklan Cetak Pada Iklan Display
Full Page Di Surat Kabar Kompas Periode April 2004

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing I

(Drs. Hardiyanto Jatmiko)

Pembimbing II

(Ir. Suyatno. MT)



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Wachyu Wibowo
Nim : 04399-058
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Advertising & Marketing Communication
Judul : Pola Penerapan Elemen Iklan Cetak Pada Iklan Display
Full Page Di Surat Kabar Kompas Periode April 2004

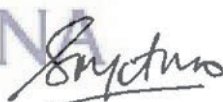
Di setuju dan diterima oleh

Jakarta, April 2006

Pembimbing I

Pembimbing II


(Drs. Hardiyanto Jatmiko)


(Ir. Suyatno, MT)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)



(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)



MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Muhamad Wachyu Wibowo
Nim : 04399-058
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Advertising & Marketing Communication
Judul : Pola Penerapan Elemen Iklan Cetak Pada Iklan Display
Full Page Di Surat Kabar Kompas Periode April 2004

Jakarta 16 Maret 2006

Ketua Sidang

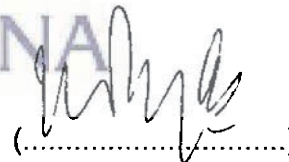
Heri Budianto, S.Sos, M.Si


(.....)

Penguji Ahli

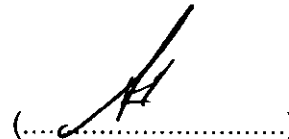
Drs. Akhmad Mulyana, M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


(.....)

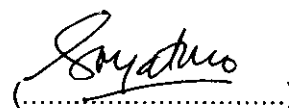
Pembimbing I

Drs. Hardiyanto Jatmiko


(.....)

Pembimbing II

Ir. Suyatno, MT


(.....)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	
PENGESAHAN REVISI SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	I
ABSTRAKSI	II
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Iklan dan Periklanan.....	8
2.2 Periklanan sebagai proses komunikasi.....	8
2.3 Strategi Kreatif.....	9
2.4 Elemen-elemen Iklan Cetak.....	13
2.4.1 Elemen Copywriting.....	13
2.4.1.1 Headline.....	14
2.4.1.2 Subheadline.....	15
2.4.1.3 Bodycopy.....	16
2.4.2 Elemen Visual.....	17
2.4.2.1 Ilustrasi.....	17
2.4.2.2 Teknik Ilustrasi.....	19
2.4.2.3 Warna.....	19
2.3 Pola Layout.....	20
2.4 Jenis-jenis produk.....	23

2.5 Media iklan.....	24
----------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Unit analisis.....	28
3.5 Teknik Penarikan Sampel.....	29
3.5. Kategori dan Definisi Kategori.....	29
3.5.1 Kategori.....	29
3.5.2 Definisi Kategori.....	29
3.6 Reliabilitas Koding.....	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.8 Teknik Analisa Data.....	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisa Iklan Display Full Page.....	34
4.1.1 Analisa elemen Copywritng.....	34
4.1.1.1 Analisa Headline.....	34
4.1.1.2 Analisa Subheadline.....	37
4.1.1.3 Analisa Body Copy.....	37
4.1.2 Analisa Elemen Visual.....	39
4.1.2.1 Analisa Ilustrasi.....	39
4.1.2.2 Analisa Teknik Ilustrasi.....	41
4.1.2.3 Analisa Warna.....	43
4.1.3 Analisa Pola Layout.....	43
4.1.4 Analisa Daya Tarik Iklan.....	46
4.2 Analisa Pembatasan Kategori Menurut Jenis Produk.....	47

4.3 Pembahasan.....	49
---------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN I

PRODUCT KNOWLEDGE

LAMPIRAN II

DAFTAR TABEL KODING SHEET IKLAN DISPLAY FULL PAGE
SURAT KETERANGAN KODER

LAMPIRAN III

TABEL INDUK IKLAN DISPLAY FULL PAGE

GAMBAR IKLAN DISPLAY FULL PAGE DI HARIAN KOMPAS PERIODE
APRIL 2004



DAFTAR TABEL

TABEL 4.1 KATEGORI HEADLINE.....	33
TABEL 4.2 KATEGORI SUBHEADLINE	37
TABEL 4.3 KATEGORI BODY COPY.....	38
TABEL 4.4 KATEGORI ILUSTRASI.....	40
TABEL 4.5 KATEGORI TEKNIK ILUSTRASI.....	42
TABEL 4.6 KATEGORI WARNA.....	43
TABEL 4.7 KATEGORI POLA LAYOUT	44
TABEL 4.8 KATEGORI DAYA TARIK IKLAN.....	46
TABEL 4.9 PEMBATASAN KATEGORI MENURUT JENIS PRODUK.....	47



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada ALLAH SWT atas berkat dan rahmatNYA, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Kecenderungan Penerapan Strategi Kreatif Iklan Display Full Page di Surat Kabar Kompas Periode April 2004".

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang pendidikan strata sarjana pada Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi.

Melalui penulisan yang sederhana ini penulis menyadari bahwa kemampuan dan pengalaman penulis sangat terbatas, sehingga dalam penyusunan penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan dan kelemahan-kelemahan. Untuk ini penulis sangat mengharapkan dan menghargai segala saran koreksi yang bersifat membangun demi sempurnanya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan baik moril maupun spiritual yang memungkinkan selesainya penulisan skripsi ini.

1. Bapak Drs. Hardiyanto, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, serta banyak memberikan masukan kepada penulis.
2. Bapak Ir. Suyatno, selaku pembimbing II yang telah sabar memberi pengarahan bimbingan kepada penulis.
3. Dra. Diah Wardhani, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Sugihantoro, S.Sos. dan rekan saya Wahyu Ilahi yang telah bersedia menjadi koder penulis dalam penelitian ini.
5. Untuk keluarga Ibu, Bapa dan Kakak serta Abang yang telah banyak membantu kuliah sampai akhir, terima kasih untuk segalanya.

6. Untuk teman-teman yang telah memberi banyak arti persahabatan, senang maupun susah selalu bersama semua ini akan ada selamanya, untuk teman-teman terbaik Bangun, Willy, Edwan, Catur, Ridho, Adam, Nurhayati, Caca, Romelih, Jafar, Robert, Wint, Faralina, anak-anak kelas D dan C angkatan 99' dan teman-teman yang lainnya, anak-anak di Kota Bambu yang menjadi teman sejati.
7. Untuk seluruh Staf Tata Usaha FIKOM diantaranya Mas Mawi, Mas Hari, Mas Erphan, Mba Lila, Mba Yuni dan staf lainnya yang selalu direpotkan penulis dengan segala urusan surat menyurat dan keperluan skripsi lainnya. Dan juga Staf pengajar (Tim Dosen) Fikom Periklanan.

Harapan penulis untuk rekan-rekan yang lain adalah jangan cepat menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini yang merupakan ujian terberat dalam perkuliahan.

Semoga skripsi ini dapat menjadi refrensi yang bermanfaat serta menjadi pendorong semangat untuk rekan-rekan dalam menyelesaikan skripsinya, selamat berjuang.



Jakarta, April 2006

Muhamad Wachyu Wibowo