

ABSTRAKSI

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Advertising & MarCom

MUHAMAD WACHYU WIBOWO

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

V + 69 halaman, 3 tabel, 16 gambar. 3 lampiran (1986 - 2003)

Salah satu sarana untuk beriklan adalah dengan media cetak, media ini menyediakan berbagai jenis iklan, pengiklan akan menempatkan iklannya yang menarik perhatian, dan salah satu iklan yang mendominasi dalam menarik perhatian adalah iklan Display Full Page karena memiliki ukuran satu halaman penuh surat kabar, dengan ukuran seperti ini pengiklan dapat memaksimalkan pesan iklannya, iklan ini dapat dilihat disurat kabar KOMPAS Karena surat kabar ini memiliki target yang potensial bagi para pengiklan Display Full Page yang memiliki segmen menengah keatas.

Penelitian ini melihat pola penerapan elemen iklan cetak pada iklan Display Full Page pada surat kabar KOMPAS dalam periode satu bulan yang dilihat dengan kategori tertentu yang ada pada media cetak, serta melihat jenis produk yang beriklan.

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis). Metode analisis digunakan untuk mendeskripsikan pola penerapan elemen iklan cetak pada iklan Display Full Page berdasarkan elemen copywriting, visual, pola layout dan daya tarik iklan. Populasi pada penelitian ini adalah iklan Display Full Page pada surat kabar KOMPAS bulan April 2004, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampel.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa iklan Display Full Page bulan April 2004 adalah, pada kategori headline cenderung menggunakan News headline (68,75%), kategori subheadline cenderung menggunakan Subheadline (68,75%), Kategori body copy cenderung menggunakan Straight line copy (62,5%), kategori ilustrasi cenderung menggunakan Show the product (43,75%), kategori teknik ilustrasi cenderung menggunakan foto (62,5%), kategori warna cenderung menggunakan warna (61,25%), kategori Pola layout cenderung menggunakan pola Multipanel (37,5%) dan daya tarik iklan cenderung menggunakan daya tarik Rasional (31,5%), kategori produk jasa (56,25%).

Saran untuk iklan ini adalah penyesuaian antara copy dengan ilustrasi iklan agar iklan tidak berlebihan, yakni dengan pola Mondrian dan Picture and caption copy, untuk iklan pengingat yang menggunakan warna hitam putih pewarnaan diperlukan agar lebih memikat, mudah diingat dan dapat mendukung ilustrasi.