



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**KECENDERUNGAN PENERAPAN KREATIF PESAN
BILLBOARD IKLAN ROKOK
DI JALAN GATOT SUBROTO JAKARTA SELATAN
SELAMA BULAN JUNI 2006**

skripsi

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

Disusun oleh :

Nama : M. Fahmi
NIM : 04399 - 031
Jurusan : Advertising & Marketing Communication

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
J A K A R T A
2006**



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : M. Fahmi
Nim : 04399-031
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marcom & Advertising
J u d u l : Kecenderungan Penerapan Kreatif Pesan Billboard Iklan Rokok
Di Jalan Gatot Subroto Jakarta Selatan Selama Bulan Juni 2006

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing I

(Nurprapti W. Widyastuti, S.Sos., M.Si.)

Pembimbing II

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : M. Fahmi
Nim : 04399-031
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Kecenderungan Penerapan Kreatif Pesan Billboard Iklan
Rokok Di Jalan Gatot Subroto Jakarta Selatan Selama
Bulan Juni 2006

Jakarta, Oktober 2006

Ketua Sidang

Nama : Irmulan Sati T. SH., M.Si

(.....)

Penguji Ahli

Nama : Drs. Hardiyanto Jatmiko

(.....)

Pembimbing I

Nama : Nurprapti W. Widyastuti, S.Sos., M.Si

(.....)

Pembimbing II

Nama : Drs. Akhmad Mulyana, M.Si

(.....)



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : M. Fahmi
Nim : 04399-031
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Kecenderungan Penerapan Kreatif Pesan Billboard Iklan
Rokok Di Jalan Gatot Subroto Jakarta Selatan Selama
Bulan Juni 2006

Jakarta, Oktober 2006

UNIVERSITAS
Disetujui dan Diterima Oleh :
MERCU BUANA

Pembimbing I

(Nurprapti W. Widyastuti, S.Sos., M.Si)

Pembimbing II

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin. Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala kemudahan dan izinNya yang telah diberikan kepada penulis bahwa akhirnya dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Kecenderungan Penerapan Kreatif Pesan Billboard Iklan Rokok Di Jalan Gatot Subroto Jakarta Selatan Selama Bulan Juni 2006”**. Skripsi ini merupakan suatu syarat guna mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurnadan banyak terdapat kekurangan, karena semua ini masih dalam proses pembelajaran. Tetapi berkat bantuan dari beberapa pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada Yang Terhormat :

1. Ibu Nurprapti Wahyu W, M.Si selaku Pembimbing I, atas segala waktu dan bantuan bimbingannya, serta kemudahan dan support sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Pembimbing II atas segala waktu dan bantuan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si.

4. Pembimbing Akademik penulis, Bapak Drs. Hardiyanto.
5. Seluruh Dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis sehingga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Staf TU dan staf perpustakaan yang telah membantu penulis dalam kelancaran proses berjalannya skripsi ini.
7. Bapak Agung Prajoko selaku Brand Manager Rokok Ardath dan Bapak Ade Arpan selaku Desain Grafis Total Advertising yang telah memberikan data dan informasi kepada penulis.
8. Kedua orangtuaku tercinta “(Alm) Bapak dan (Almh) Ibu” semoga engkau bersama bahagia disana.
9. Kakak-kakakku tercinta : Mba Lisa & Mas Medy, Mba Evi (almh) & Mas Lutfi, Mba Dina & Mas Agung, Mba Dita & Mas Yosi serta keponakan-keponakanku tersayang : Ita, Fikri, Ega, Arif, Ani, Ayu, Adi, Arin, Rio, Keya, dan Keffa.
10. “Nea” terima kasih atas dukungan, semangat dan bawelnya. Luv u
11. Teman-teman seperjuangan Angkatan 99’ : Ajie, Aris, Anug, Boye, Black, Bowo, Bangun, Wayang, Dmonk, Acad, Roki, Faris, Ryan, dan lain-lain yang penulis tidak dapat sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa/I Universitas Mercu Buana.

Jakarta, Oktober 2006

M. Fahmi

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB	
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
II. KERANGKA KONSEP	
2.1 Periklanan Sebagai Proses Komunikasi.....	9
1.1.1 Pengertian Periklanan	11
2.2 Strategi Kreatif	13
2.3 Media Luar Ruang	16
2.3.1 Elemen-elemen iklan cetak.....	22
2.3.1.1 Copywriting	22
2.3.1.2 Visual	25
2.3.1.3 LayOut	29
2.4 Desain	31

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Populasi Dan Sampel	35
1.3.1 Populasi	35
2.3.2 Sampel	35
3.4 Unit Analisis	37
3.5 Kategorisasi Dan Definisi Kategorisasi	38
1.5.1 Kategorisasi	38
2.5.2 Definisi Kategorisasi	38
3.6 Reliabilitas Koding	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data	41
3.8 Analisa Data	42

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisa Billboard Iklan Rokok	43
4.1.1 Elemen Copywriting	43
4.1.1.1 Headline	44
4.1.1.2 Subheadline	45
4.1.2 Elemen Visual	46
4.1.2.1 Ilustrasi.....	46
4.1.2.2 Teknik Ilustrasi.....	48
4.1.2.3 Warna.....	49

4.1.3	Pola LayOut	50
4.1.4	Daya Tarik Pesan Iklan	51
4.2	Pembahasan	52
V. PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN I

DAFTAR TABEL KODING SHEET BILLBOARD IKLAN ROKOK

SURAT KETERANGAN KODER

LAMPIRAN II

TABEL INDUK BILLBOARD IKLAN ROKOK

FOTO-FOTO BILLBOARD IKLAN ROKOK DI JALAN GATOT SUBROTO

JAKARTA SELATAN SELAMA BULAN JUNI 2006

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Kategori Headline
Tabel 4.2	Kategori Subheadline
Tabel 4.3	Kategori Ilustrasi
Tabel 4.4	Kategori Teknik Ilustrasi
Tabel 4.5	Kategori Warna
Tabel 4.6	Kategori Pola Lay Out
Tabel 4.7	Kategori Daya Tarik Iklan
Gambar 2.1	Proses Komunikasi

