



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

SKRIPSI

**FREKUENSI KEMUNCULAN IKLAN – IKLAN DI TABLOID
GAUL EDISI BULAN FEBRUARI – MARET 2006**

Disusun Oleh :

Nama : BANGUN PRASETYO

Nim : 04399 – 052

Bidang Studi : ADVERTISING AND MARCOMM

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Skripsi Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Ilmu Komunikasi**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2006



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

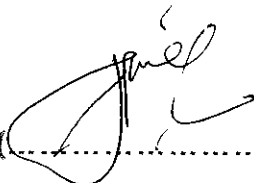
Nama : Bangun Prasetyo
Nim : 04399-058
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Advertising and Marketing Communication
Judul : Frekuensi Kemunculan Iklan – Iklan Di Tabloid Gaul
Edisi Bulan Februari Dan Maret 2006

Jakarta, Desember 2006

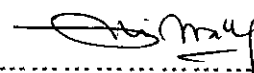
Ketua Sidang
Drs. Akhmad Mulyana, M.Si


(.....)

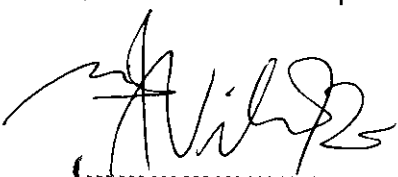
Penguji Ahli
Farid Hamid, M.Si


(.....)

Pembimbing I
Nurprapti WW, M.Si


(.....)

Pembimbing II
SM Niken Restaty, M.Si


(.....)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Bangun Prasetyo
Nim : 04399-052
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Advertising and Marketing Communication
Judul : Frekuensi Kemunculan Iklan – Iklan Di Tabloid Gaul
Edisi Bulan Februari Dan Maret 2006

Jakarta, Desember 2006

Di setuju dan diterima oleh :

Pembimbing I

(Nurprapti WW, M.Si)

Pembimbing II

(SM Niken Restaty, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)

**Janganlah menyesal dengan apa yang telah kamu perbuat,
Tapi menyesallah bila sesuatu yang belum kamu perbuat
Tuhan tidak akan memberikan apa yang kita inginkan,
Tapi akan memberikan yang terbaik untuk kita
Kegaagalan bukan segalanya,
Melainkan kunci menuju
Kesuksesan**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada ALLAH SWT atas berkat dan rahmatNYA, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Frekuensi Kemunculan Iklan – Iklan Di Tabloid Gaul Edisi Bulan Februari Dan Maret 2006”**.

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. Ayah dan Ibu Tercinta terima kasih yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
2. Ibu Nurprapti WW, M.Si, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, serta banyak memberikan masukan kepada penulis.
3. Ibu Niken Restati, M.Si selaku pembimbing II yang telah sabar memberi pengarahan bimbingan kepada penulis, yang juga selaku Sekretaris Jurusan Periklanan tak henti-hentinya dimintai tanda tangan oleh penulis.
4. Bapak Hardiyanto, S.Sos selaku Pembimbing Akademik Jurusan Periklanan, yang disibukan oleh penulis tiap tahunnya.
5. Dra. Diah Wardhani, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Sugihantoro, S.Sos. dan rekan saya Edwan S.Sos yang telah bersedia menjadi koder penulis dalam penelitian ini.
7. Mba Novianty yang ramah selaku Sekretaris Advertising and Promosi di Tabloid GAUL yang disibukan oleh penulis untuk dimintai data skripsi.

8. Untuk Someone yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Thanks Dear.
9. Untuk teman-teman yang telah memberi banyak arti persahabatan, senang maupun susah selalu bersama semua ini akan ada selamanya, untuk teman-teman terbaik Wahyu (Bo'), Willy, Edwan, Romelih, Catur, Ridho, Caca, Jafar, Endar dan teman-teman angkatan 99'
10. Untuk teman terbaik Deden, Nino (pria berbadan besar), Dape yang telah memberikan semangat. Serta Remaja Masjid yang telah memberikan dukungan spiritual untuk ketenangan, kesabaran dan ketulusan serta keikhlasan hati dalam mengerjakan skripsi.
11. 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, Desember 2006

BANGUN PRASETYO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	
PENGESAHAN REVISI SKRIPSI	
ABSTRAKSI	I
KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI	III
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Iklan Sebagai Perancangan Pesan	9
2.2 Frekuensi.....	10
2.3 Jenis Produk.....	11
2.4 Jenis-jenis Iklan.....	12
2.5 Isi Pesan Iklan.....	14
2.5.1 Isi Pesan Rasional.....	14
2.5.2 Isi Pesan Kombinasi.....	14
2.5.3 Isi Pesan Emosional.....	15
2.5.4 Isi Pesan Moral.....	15
2.6 Copywriting.....	15
2.6.1 Headline.....	16
2.6.2 Subheadline.....	17
2.6.3 Bodycopy.....	18

2.7 Tabloid Sebagai Salah Satu Media Iklan	19
2.8 Keuntungan dan Kekurangan Tabloid	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	22
3.2 Metode Penelitian	22
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel	23
3.4 Unit analisis	24
3.5 Teknik Penarikan Sampel	24
3.6 Kategori dan Definisi Kategori	24
3.6.1 Kategorisasi	24
3.6.2 Definisi Kategori	24
3.7 Reliabilitas Koding	27
3.8 Teknik Pengumpulan Data	29
3.9 Metode Analisa Data	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Tabloid Gaul	31
4.1.1 Visi dan Misi	32
4.1.2 Profil Demografis dan Distribusi	32
4.2 Hasil Penelitian	33
4.2.1 Representasi Iklan Berdasarkan Jenis Produk	34
4.2.2 Representasi Iklan Berdasarkan Jenis Iklan	40
4.2.3 Representasi Iklan Berdasarkan Isi Pesan	42
4.2.3.1 Isi Pesan Rasional	43
4.2.3.2 Isi Pesan Kombinasi	49
4.2.3.3 Isi Pesan Emosional	53
4.2.3.4 Isi Pesan Moral	56
4.2.4 Representasi Iklan Berdasarkan Copywriting	57

4.2.4.1 Analisa Headline.....	58
4.2.4.2 Subheadline.....	59
4.2.4.3 Bodycopy.....	61
4.3 Pembahasan.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. SURAT KETERANGAN PENGAMBILAN DATA
2. TABEL INDUK IKLAN-IKLAN DI TABLOID GAUL
3. DAFTAR TABEL KODING SHEET
4. CONTOH IKLAN – IKLAN DI TABLOID GAUL

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 KATEGORISASI	25
TABEL 4.2.1 KATEGORI JENIS PRODUK	34
TABEL 4.2.2 KATEGORI JENIS IKLAN	40
TABEL 4.3 KATEGORI ISI PESAN	43
TABEL 4.2.4 KATEGORI ISI PESAN RASIONAL	43
TABEL 4.2.5 KATEGORI ISI PESAN KOMBINASI	49
TABEL 4.2.6 KATEGORI ISI PESAN EMOSIONAL	54
TABEL 4.2.7 KATEGORI ISI PESAN MORAL	56
TABEL 4.2.8 KATEGORI ANALISA HEADLINE	58
TABEL 4.2.9 KATEGORI ANALISA SUBHEADLINE	60
TABEL 4.2.10 KATEGORI ANALISA BODYCOPY	61