



MERCU BUANA

SKRIPSI

**KECENDERUNGAN DAYA TARIK IKLAN MINUMAN
DI MAJALAH BOBO**

(Analisis Isi Iklan Minuman di Majalah Bobo

Periode Bulan Januari -- Juni 2006)

Disusun Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Gelar Sarjana Komunikasi Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1)

Program Studi Periklanan

MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Nama : Endah Sulistiowati

NIM : 04301-037

Jurusan : Periklanan

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

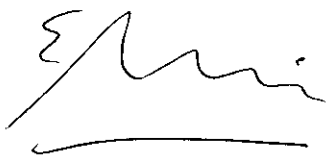
2006

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Endah Sulistiowati
NIM : 04301-037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : KECENDERUNGAN DAYA TARIK IKLAN MINUMAN DI
MAJALAH BOBO
(Analisis Isi Iklan Minuman di Majalah Bobo Periode Bulan Januari –
Juni 2006)

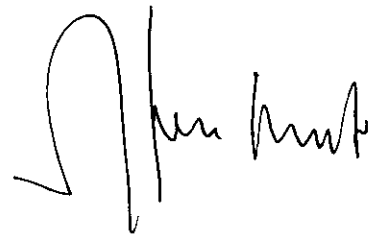
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing I



(Dra. Endah Muwarni, M.Si)

Pembimbing II



(Heri Budianto, S.Sos, M.Si)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Endah Sulistiowati
NIM : 04301-037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : KECENDERUNGAN DAYA TARIK IKLAN MINUMAN DI
MAJALAH BOBO
(Analisis Isi Iklan Minuman di Majalah BOBO Periode Bulan Januari –
Juni 2006)

Jakarta, Oktober 2006

1. Ketua Sidang

SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si

2. Penguji Ahli

Drs. Ahmad Mulyana, M.Si

3. Pembimbing I

Dra. Endah Muwarni, M.Si

4. Pembimbing II

Heri Budianto, S.Sos. M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Endah Sulistiowati
NIM : 04301-037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : KECENDERUNGAN DAYA TARIK IKLAN MINUMAN DI
MAJALAH BOBO (Analisis Isi Iklan Minuman di Majalah BOBO Periode
Bulan Januari – Juni 2006)

Jakarta, Oktober 2006

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing I

(Dra. Endah Muwarni, M.Si)

Pembimbing II

(Heri Budianto, S.Sos, M.Si)

Mengetahui

Dekan FIKOM UMB

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Kepala Bidang Studi

(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, ridho, hidayah dan karunia, atas kehendak-nya. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan oleh Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “KECENDERUNGAN DAYA TARIK IKLAN MINUMAN DI MAJALAH BOBO (Analisis Isi Iklan Minuman di Majalah Bobo bulan Januari – Juni 2006).

Mengingat tidak adanya sesuatu yang sempurna dan hanya Allah yang maha sempurna maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Skripsi ini disusun dan di persiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Periklanan Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dengan terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak dan penghargaan sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual . Untuk itu dengan ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Endah Murwani, M.Si, selaku pembimbing I, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Terima kasih karena telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan untuk penelitian ini dan mengajari penulis hingga selesai.
2. Bapak Heri Budianto, S.Sos, M.Si, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
3. Kedua Orang Tercinta Ibu dan Bapak yang telah banyak membantu baik secara materil maupun spiritual. Selama ini selalu mendoakan penulis, memberikan nasehat-nasehat dan semangat serta segala bantuan yang sangat berarti di hatiku.
4. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Drs. Ahmad Mulyana, M.Si, Ketua Bidang Studi Periklanan, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih memberikan ijin penulis untuk menyusun skripsi.
6. Bapak Sugihantoro, S.Sos, selaku Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih telah membantu penulis meluangkan waktunya sebagai koder dalam pengisian data koding.
7. Saudara Sigit Purnomo, Redaktur Artistik Majalah Bobo. Terima kasih telah membantu banyak atas data-data yang diperlukan penulis untuk penelitian ini dan sekaligus sebagai koder dalam pengisian data koding.

8. Saudara Ardi Wianto, Creative Design PT. Kathacakti Mediatama, terima kasih sebanyak-banyaknya telah membantu penulis untuk mengisikan data koding dan data-data lainnya.
9. Para Staf TU Fikom Pak Harry, Mas Mawi, Mas Erfan, Mba Lila, Mba Hesti dan Mba Yuni terima kasih atas bantuannya mengenai surat menyurat dan data-data.
10. Para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan, pengalaman dan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
11. Para Staf PT. Kathacakti Mediatama, Pak Lasdi, Pak Jhon, Ardi, Mas Reza, Mba Mira, Mas Yuli, Mas Iyunk, Mas Sugeng dan lain-lain, terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas waktunya yang telah membantu penulis untuk melengkapi data-data skripsi.
12. Mas Agung, terima kasih banyak telah memberikan dukungan moril dan selalu menemani penulis untuk mencari bahan skripsi kemanapun, serta memberikan semangat yang luar biasa untukku untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman periklanan atau hima pariwisata semua angkatan Eki, Putri, Ayu (Goot), Ingga, Tuti, Didi (thanks scannernya), Adi, Hijri(thanks ya), Budi, Phita, Hana, Ira, Olis, Niken, Rifa, Retno, Ika, Feri, Fajrin, Dimas, Ujang, Asep Sujana, Bono, Doni, Noki, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, thanks a lot!! Serta my best friend Eli, Sri, Risma dan Endang yang selalu memberikan dukungan selama ini.
14. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini atau karya ilmiah lainnya. Semoga semuanya ini bisa menjadi inspirasi dan berguna bagi kehidupan kita bersama, Amin.

Jakarta, Oktober 2006

Endah Sulistiowati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Permasalahan	7
1.3. Tujuan Penelian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Komunikasi Dalam konteks Perancangan Pesan	8
2.2. Strategi Kreatif Iklan	9
2.3. Media Periklanan	13
2.4. Unsur –Unsur Iklan Cetak	15
2.4.1. Headline	16
2.4.2. Subheadline	18
2.4.3. Bodycopy	19
2.5. Visual	20
2.5.1. Ilustrasi	20
2.6. Jenis-Jenis Iklan Majalah	22

BAB III

METODOLOGI

3.1. Tipe Penelitian	24
3.2. Metode Penelitian	24
3.3. Populasi dan Sampel	26
3.3.1. Populasi	26
3.3.2. Sampel	26
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.4.1. Data Primer	27
3.4.2. Data Sekunder	27
3.5. Unit Analisis	27
3.6. Definisi Konsep dan Kategorisasi	28
3.6.1. Definisi Konsep	28
3.6.2. Kategorisasi	28
3.7. Teknik Analisa Data	35
3.8. Uji Reliabilitas	35

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Tentang Majalah Bobo	38
4.2.	Hasil Penelitian	40
4.2.1.	Elemen Copywriting	40
4.2.1.1.	Headline	41
4.2.1.2.	Subheadline	45
4.2.1.3.	Bodycopy	47
4.2.2.	Elemen Visual	51
4.2.2.1.	Ilustrasi	51
4.2.2.2.	Daya Tarik Pesan	57
4.3.	Pembahasan	60

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	63
5.2.	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Kategorisasi Unsur-Unsur Iklan Cetak	34
Tabel 4.2.	Headline	41
Tabel 4.3.	Subheadline	45
Tabel 4.4.	Bodycopy	47
Tabel 4.5.	Ilustrasi	52
Tabel 4.6.	Daya Tarik Pesan	57

