



MERCU BUANA

Skripsi

KECENDERUNGAN PENERAPAN STRATEGI KREATIF IKLAN PRODUK

KESEHATAN DI TABLOID NOVA

(Analisis Isi Produk Kesehatan Di Tabloid NOVA Edisi Bulan Februari – April 2006)

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

Ilmu Komunikasi Jurusan Periklanan

UNIVERSITAS
Disusun Oleh:
MERCU BUANA
Nama : Hana Sugianti

NIM : 04301-047

Jurusan : Periklanan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Jakarta

2006



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hana Sugiarti
NIM : 04301-047
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : KECENDERUNGAN PENERAPAN STRATEGI KREATIF IKLAN
PRODUK KESEHATAN DI TABLOID NOVA
(Analisis Isi Iklan Produk Kesehatan di Tabloid NOVA Edisi Bulan
Februari – April 2006).

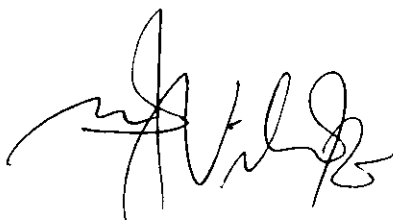
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II



(Drs. Akhmad Mulyana., M.Si.)



(S.M. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Hana Sugiarti
NIM : 04301-047
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : **KECENDERUNGAN PENERAPAN STRATEGI KREATIF IKLAN
PRODUK KESEHATAN DI TABLOID NOVA**
(Analisis Isi Iklan Produk Kesehatan di Tabloid NOVA Edisi Bulan
Februari – April 2006).

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, November 2006

1. Ketua Sidang

Irmulan Sati.T., M.Si.

()

2. Penguji Ahli

Nurprapti.W.W., M.Si

()

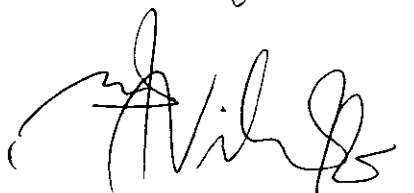
3. Pembimbing I

Drs.Akhmad Mulyana., M.Si

()

4. Pembimbing II

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

()



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Hana Sugiarti
NIM : 04301-047
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : KECENDERUNGAN PENERAPAN STRATEGI KREATIF IKLAN
PRODUK KESEHATAN DI TABLOID NOVA
(Analisis Isi Iklan Produk Kesehatan di Tabloid NOVA Edisi Bulan
Februari – April 2006).

Jakarta, November 2006

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing I

(Drs. Akhmad Mulyana., M.Si.)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing II

(S.M. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

Mengetahui

Dekan FIKOM UMB

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Kepala Bidang Studi

(Drs. Akhmad Mulyana, M.Si)



And (He commands you, saying): This is My straight path, so follow it. Follow not other ways, lest you be parted from His way. This hath He ordained for you, that you may ward off (evil).

[Suratul An'am, Verse 153]

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala nikmatnya, terutama nikmat sehat dan nikmat iman. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Adapun judul yang penulis ambil adalah “Kecenderungan penerapan strategi kreatif iklan produk kesehatan pada tabloid NOVA (Analisa isi iklan produk kesehatan pada tabloid NOVA edisi bulan Februari-April 2006)”

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu, mendukung serta memberikan do'anya kepada penulis

1. Bapak Drs.Akhmad Mulyana, M.si, selaku pembimbing I sekaligus Kepala Bidang Periklanan yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sejak awal hingga menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu SM.Niken.R, M.si, selaku pembimbing II sekaligus Pembimbing Akademik penulis selama masa kuliah yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sejak awal hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dra.Diah Wardhani, M.si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Bapak Sugihantoro, S.sos, dosen FIKOM UMB dan Sdr.Ardi Wianto dari Katachakti Mediatama and Advertising yang telah bersedia menjadi koder penulis.

5. Dosen-dosen FIKOM UMB yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, juga staf-staf TU FIKOM yang telah direpotkan penulis untuk keperluan skripsi dan data-data lainnya.
6. Keluarga besarku tercinta, Yayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil juga do'a yang tak henti-hentinya diberikan kepada penulis, juga adik-adikku (Hadi, Dede dan Tio) *always be a good boys..!!*
7. Buat Azizi, yang selalu menyediakan waktunya buat penulis, selalu mendukung dan membantu penulis dan selalu ada disaat susah dan senang. *Thank you very much for everything what you gave to me*
8. Buat temen-temen Fikom '01 Yona, Eka n Ootong, Riska, Mami, Abe, Agung, Tio, Amar Cg, Kake', Heru, Bram, Rafi, Obit, Rian, Dhie-dhi n Adi thanks buat referensi bukunya, Endah, Putri, Ayu (go'ot), Tuti, Epy, Yunan, (FTI) Sri n Sayied, Nana, Anggar, Ipiet, Ronald terima kasih telah menjadi teman terbaik selama masa kuliah, Daw thanks bgt buat bantuannya, Denny, Ridho, Efi (epoy), Dini, Dian, Noki, terima kasih atas dukungannya selama ini.
9. Buat temen-temen Global TV mba Lena, Tommy, mba Indri, mas Ibnu, mas Mulya, mas Erik, mas Rizal, pak Roy, Nisa (wardrobe), Tania, Nisa, Tri, Dewi, Indra, Angki, Dennis, mas Adrian, Inta, Dimas, dll. Terima kasih atas pelajaran, pengalaman dan pertemanan yang telah diberikan kepada penulis.

10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, September 2006

HANA SUGIARTI



DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR

ABSTRAKSI

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Signifikansi Penelitian	9
1.4.1 Signifikansi Akademis	9
1.4.2 Signifikansi Praktis	9

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Periklanan Sebagai Kegiatan Komunikasi	10
2.2 Strategi Kreatif Periklanan	12
2.3 Unsur-Unsur Iklan Cetak	14
2.4 Isi Pesan Iklan	20
2.5 Media Sebagai Sarana Komunikasi	23
2.6 Tabloid	24
2.7 Kekuatan dan Kelemahan Tabloid	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian	28
3.2. Metode Penelitian	28

3.3. Populasi dan Sampel	29
3.3.1. Populasi	29
3.3.2. Sampel	30
3.4. Unit Analisis	31
3.5. Kategorisasi	31
3.6. Reliabilitas Koding	36
3.7. Teknik Pengumpulan Data	38
3.8. Teknik Analisa Data	39
3.9. Metode Analisa Data	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	40
4.1.1. Analisa Elemen Copywriting	40
4.1.1.1. Analisa Headline	41
4.1.1.2. Analisa SubHeadline	44
4.1.1.3. Analisa Bodycopy	46
4.1.1.4. Analisa Flash	49
4.1.1.5. Analisa Baseline	50
4.1.2. Analisa Elemen Visual	51
4.1.2.1. Analisa Ilustrasi	52
4.1.2.2. Analisa Teknik Ilustrasi	55
4.1.2.3. Analisa Isi Pesan Iklan	57
4.1. Pembahasan	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN I

DAFTAR TABEL KODING SHEET IKLAN PRODUK KESEHATAN

SURAT KETERANGAN KODER

LAMPIRAN II

GAMBAR IKLAN PRODUK KESEHATAN

BIOGRAPHY

