

**KAJIAN PEMILIHAN SURAT KABAR SEBAGAI MEDIA
PERIKLANAN DENGAN ANALISIS CCREAM**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1) Pada
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Di susun oleh:

YONATAN

NPM : 06 03 16385

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

SKRIPSI
KAJIAN PEMILIHAN SURAT KABAR SEBAGAI MEDIA
PERIKLANAN DENGAN ANALISIS CCREAM

Disusun Oleh :

YONATAN

NIM : 06 03 16385

Telah dibaca dan disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE.,M.Si

Tanggal, 17 Januari 2011

SKRIPSI

**KAJIAN PEMILIHAN SURAT KABAR SEBAGAI MEDIA
PERIKLANAN DENGAN ANALISIS CCREAM**

Yang dipersiapkan Oleh :

YONATAN

NIM : 06 03 16385


**Telah dipertahankan di depan panitia pada tanggal 14 Februari 2011 dan
dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Dr. EF. Slamet SS., MBA

Anggota Panitia Penguji


Drs. Ign. Sukirno, MS



Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si

Yogyakarta, 14 Februari 2011

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**




Dr. D. Wahyu Ariani, S.E., M.T.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

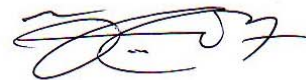
KAJIAN PEMILIHAN SURAT KABAR SEBAGAI MEDIA PERIKLANAN DENGAN ANALISIS CCREAM

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 17 Januari 2011

Yang menyatakan,



Yonatan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kelancaran bagi peneliti dalam penyusunan skripsi berjudul

KAJIAN PEMILIHAN SURAT KABAR SEBAGAI MEDIA PERIKLANAN DENGAN ANALISIS CCREAM

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini juga tidak lepas dari adanya campur tangan pihak lain. Penulis menyadari bahwa banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik waktu, dana, perhatian, doa dan bimbingan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. My Savior, Tuhan Yesus Kristus, yang tidak pernah berhenti melimpahkan berkat dan rahmat-Nya buat aku, Tuhan yang masih setia menemani aku walaupun mungkin terkadang aku melupakan-Nya, dan tulus membimbing dan menjaga aku melalui orang-orang yang ada disekitarku. Thanks God.
2. Ibu Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE.,M.Si terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan, bimbingan dan kesabaran Ibu selama penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai ...terima kasih banyak...
3. Semua Dosen pengajar Atma Jaya, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan dan bimbingannya selama saya kuliah di Atma Jaya. Seluruh

staff Tata Usaha yang banyak membantu saya memberikan kemudahan dalam mengurus administrasi dan mendukung saya dalam proses pembuatan skripsi ini, terima kasih semua...Im gonna miss u...

4. Buat Papi (Bagiono), Mami (Endang K.) dan Cicik (Irene S.) ku semua yang selalu memberikan dukungan moral, materi, semangat, dan DOA demi terselesaikan skripsi ini.
5. Untuk Pak Sumiarso terima kasih atas dukungan, semangat, dan doanya yang luar biasa menguatkan.
6. Buat Pak Jarot, Pak Budi, Pak Didit terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
7. Buat SahabatKu, Genk Simprul, Genk PMC, KIREI.Prod : Oscar, Boyek, engKonk, Yohan 'Pati', Theo, Bendot, Pras, Hansen, David, Jojo, Linda, Hellda, Rini ucil, Ayu, Veni, Feli, Ranny, Elos, Rika, Obe, Lienk2, Jona, Shendy.
8. Buat Temen Gereja, Komsel Encourage : Ko Andy FK, Agunk (PKS ku), Gunawan, Jave, Jems, Reza, Tommy, Yohan, Bill, Adit, Shendhenk, Pipit, Musa, Paow", Ko Andre, Uze.
9. Buat cik Veve, Pak dhe Jat, Mas Gun, Pak Puji terima kasih atas dukungan dan bantuan selama ini.
10. Dan semua orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu, termasuk Anda, yang merelakan waktu untuk membaca skripsi dan terlebih membaca halaman persembahan ini...thanks..

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Untuk itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun bagi terciptanya kesempurnaan skripsi ini. Atas perhatiannya penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, 17 Januari 2011

Penulis

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bagi Tuhan tak ada yang mustahil
Bagi Tuhan tak ada yang tak mungkin
Mujizat-Nya disediakan bagiku
Ku diangkat, dan dipulihkan-Nya.

(Sari Simorangkir)

Kamu lihat,
bahwa **iman** bekerjasama dengan **perbuatan-perbuatan**
dan oleh **perbuatan-perbuatan** itu **iman** menjadi Sempurna.

(Yakobus 2:22)

Skripsi ini kupersembahkan bagi :

Papi dan Mami Ku Tercinta,

Cicik Ku Tersayang,

Dan Semuanya.

DAFTAR ISI

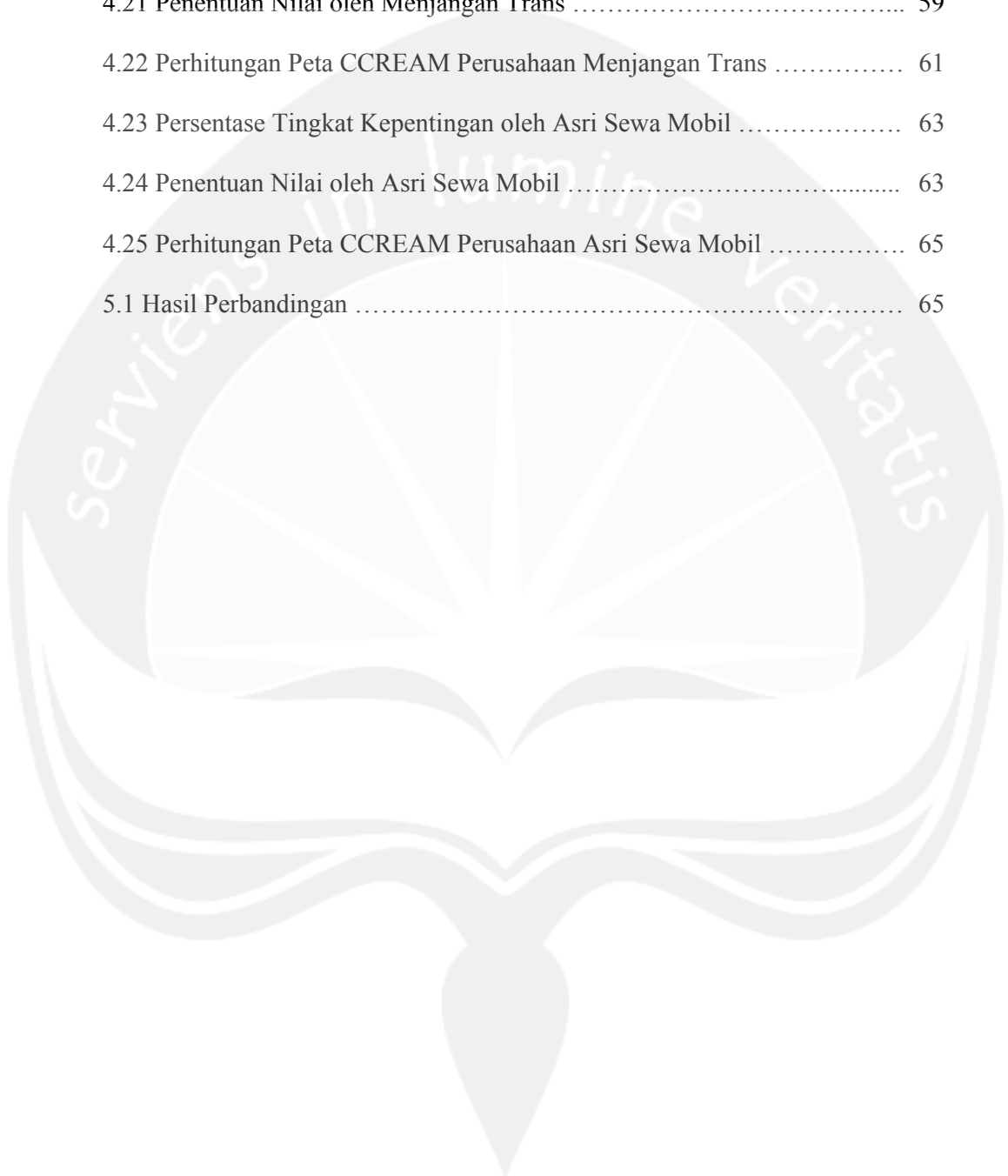
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
INTISARI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Batasan Masalah	6
I.4 Tujuan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Sistematika Pembahasan	8
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL	9
II.1 Pengertian Iklan	9
II.2 Pengertian Periklanan	10
II.3 Fungsi-Fungsi Periklanan	11
II.4 Periklanan Sebagai Proses Komunikasi	12
II.5 Pemilihan Media Periklanan	14

II.6 Periklanan Koran (Surat Kabar)	15
II.7 Tipe-Tipe Periklanan Surat Kabar	17
II.8 Konsep Analisis CCREAM	19
BAB III METODE PENELITIAN	23
III.1 Lingkup Penelitian	23
III.2 Metode Pengumpulan Data	26
III.3 Metode Analisis Data	28
III.3.1 Alat Analisis	28
III.3.2 Metode Analisis	29
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	32
IV.1 Faktor-faktor yang dipertimbangkan perusahaan dalam memilih surat kabar sebagai media periklanan	32
IV.2 Menyesuaikan pemilihan surat kabar sebagai media periklanan yang selama ini dilakukan oleh perusahaan dengan Analisis CCREAM dari Fred E. Hahn dan Kenneth G. Mangun (2002)	37
BAB V KESIMPULAN	67
V.1 Kesimpulan	67
V.2 Implikasi Manajerial	70
V.3 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1 Perusahaan yang Dipilih untuk Wawancara	24
3.2 Perusahaan yang Terpilih untuk Penelitian	25
4.1 Analisis Isi	34
4.2 Surat Kabar yang digunakan oleh Perusahaan	38
4.3 Besarnya Jumlah Sirkulasi Surat Kabar dalam Satu Kali Terbitan	39
4.4 Biaya Iklan per Baris untuk Satu Kali Terbitan	41
4.5 Jumlah Pembaca yang Berlangganan	42
4.6 Persentase Muatan Iklan Surat Kabar	43
4.7 Paket Harga Iklan Baris	44
4.8 Persentase Tingkat Kepentingan oleh ACC AWNING	45
4.9 Penentuan Nilai oleh ACC AWNING	46
4.10 Perhitungan Peta CCREAM Perusahaan ACC AWNING	47
4.11 Persentase Tingkat Kepentingan oleh Union Gypsum	48
4.12 Penentuan Nilai oleh Union Gypsum	49
4.13 Perhitungan Peta CCREAM Perusahaan Union Gypsum	50
4.14 Persentase Tingkat Kepentingan oleh Dak Keraton	51
4.15 Penentuan Nilai oleh Dak Keraton	52
4.16 Perhitungan Peta CCREAM Perusahaan Dak Keraton	53
4.17 Persentase Tingkat Kepentingan oleh Nanda Car Rental	55
4.18 Penentuan Nilai oleh Nanda Car Rental	56
4.19 Perhitungan Peta CCREAM Perusahaan Nanda Car Rental	57

4.20 Persentase Tingkat Kepentingan oleh Menjangan Trans	59
4.21 Penentuan Nilai oleh Menjangan Trans	59
4.22 Perhitungan Peta CCREAM Perusahaan Menjangan Trans	61
4.23 Persentase Tingkat Kepentingan oleh Asri Sewa Mobil	63
4.24 Penentuan Nilai oleh Asri Sewa Mobil	63
4.25 Perhitungan Peta CCREAM Perusahaan Asri Sewa Mobil	65
5.1 Hasil Perbandingan	65



KAJIAN PEMILIHAN SURAT KABAR SEBAGAI MEDIA PERIKLANAN DENGAN ANALISIS CCREAM

Disusun Oleh :

Yonatan

NIM : 06 03 16385

Pembimbing Utama

Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE.,M.Si

Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pemilihan surat kabar yang dilakukan oleh perusahaan sebagai media periklanan. Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan pemilihan surat kabar yang selama ini perusahaan lakukan dengan Analisis CCREAM. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis CCREAM dari Fred E. Hahn dan Kenneth G. Mangun (2002). Dalam Analisis CCREAM, perusahaan dapat memilih surat kabar berdasarkan enam faktor. Faktor-faktor tersebut ialah : sirkulasi, biaya, pembaca, editorial, periklanan, dan bantuan pemasaran.

Hasil dari penelitian ini, pertama diketahui faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh perusahaan dalam pemilihan surat kabar. Kedua pemilihan surat kabar sebagai media periklanan dengan menggunakan Analisis CCREAM memberikan hasil yang tepat karena pemilihan surat kabar disesuaikan dengan harapan dari perusahaan. Pemilihan surat kabar dengan Analisis CCREAM memberi kemudahan dalam pemilihan surat kabar karena perusahaan dapat memilih surat kabar dengan mempertimbangkan keenam faktor.

Kata Kunci : Periklanan, Pemilihan Surat kabar, Analisis CCREAM.