

**GAMBARAN BUDAYA POPULER IKLAN
SEPAK BOLA**

**(Analisis Isi Iklan Tabloid Bola Selama Piala Dunia FIFA Afrika
Selatan 2010 di Halaman Ole Internasional)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

RONGGO WAHYUNINDO JOEDOJONO

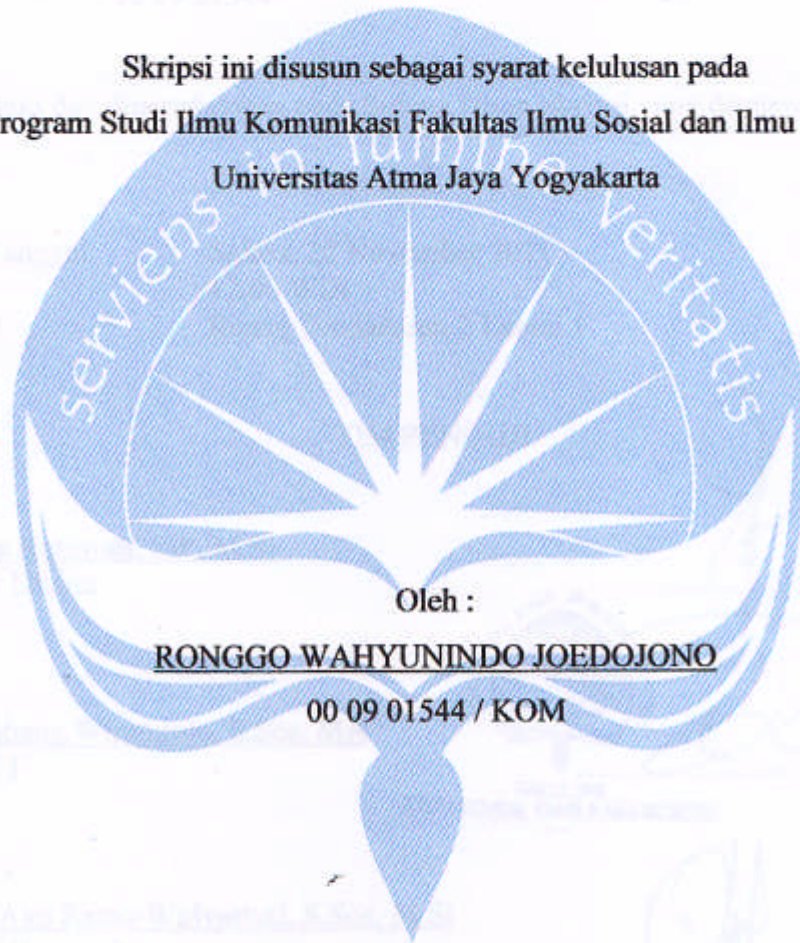
00 09 01544 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN

GAMBARAN BUDAYA POPULER IKLAN SEPAK BOLA
(Analisis Isi Iklan Tabloid Bola Selama Piala Dunia FIFA Afrika Selatan
2010 di Halaman Ole Internasional)

Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Oleh :

RONGGO WAHYUNINDO JOEDOJONO

00 09 01544 / KOM

disetujui oleh :

A handwritten signature in black ink, appearing to be "F. Anita Herawati".

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : GAMBARAN BUDAYA POPULER IKLAN SEPAK BOLA
(Analisis Iklan Tabloid Bola Selama Piala Dunia FIFA Afrika
Selatan 2010 di Halaman Ole Internasional)

Penyusun : Ronggo Wahyunindo Joedjono
NIM : 00 09 01544

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 22 November 2011
Pukul : 12.00 WIB
Tempat : Ruang Pendaran 2 Lantai 1

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP, M.Si
Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA
Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si
Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ronggo Wahyunindo Joedojono
No. Mahasiswa : 00 09 01544
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : GAMBARAN BUDAYA POPULER IKLAN SEPAK
BOLA (Analisis Iklan Tabloid Bola Selama Piala Dunia
FIFA Afrika Selatan 2010 di Halaman Ole Internasional)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis sebagai tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan materiil dan non-materiil, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 28 November 2011

Saya yang menyatakan



Ronggo Wahyunindo Joedojono

ABSTRAKSI

Olahraga kegiatan yang dilakukan manusia untuk menguatkan dan menyehatkan tubuh. Sepak bola adalah salah satu olahraga yang digemari hampir di seluruh dunia. FIFA selaku badan tertinggi sepak bola dunia mempunyai agenda tetap yaitu *FIFA World Cup* atau Piala Dunia FIFA. Iklan sebagai bagian dari media juga ikut berpartisipasi. Tabloid Bola sebuah tabloid yang mengkhususkan berita olahraga memiliki iklan piala dunia. Budaya populer atau disingkat budaya pop secara sederhana, budaya yang dibentuk oleh masyarakat secara tidak sadar diterima dan diadopsi secara luas dalam masyarakat. Sebagai olahraga populer sepak bola juga bisa memberikan gambaran melalui iklan yang muncul. Kemunculan iklan tersebut bisa memberikan gambaran budaya populer dalam iklan sepak bola.

Iklan sebagai salah satu alat promosi muncul diberbagai media, dan di media cetak atau tabloid disebut iklan display dimana dalam iklan tersebut terdiri dari bermacam-macam iklan, yang salah satunya adalah iklan olahraga. Layout dari iklan tersebut memiliki unsur *headline*, *body-copy* dan slogan. Budaya populer muncul bersamaan dengan industrialisasi dan urbanisasi. Ciri dari budaya populer tersebut adalah memiliki tren, keseragaman bentuk, adaptabilitas, durabilitas dan profitabilitas.

Penggunaan metode analisis isi digunakan untuk mencari sebuah analisis isi komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif, dimana dilihat secara nyata. Metode tersebut untuk mengungkapkan prinsip secara obyektif, sistematis, kuantitatif dan manifest. Teknik pengumpulan data menggunakan dua nara sumber dengan membatasi populasi iklan yang diteliti sebanyak 16 edisi. Temuan tersebut akan diuji realibilitasnya dan menganalisa iklan yang dijadikan sampelnya.

Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa analisis isi iklan tersebut jika diuji secara realibilitasnya menunjukkan reliabel. Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ciri budaya populer yang paling dominan adalah ciri durabilitas dimana selalu ada pengulangan terus menerus dalam kemunculan iklan tersebut. Menunjukkan bahwa dengan adanya pengulangan tersebut maka gambaran budaya populer tersebut adalah hasil dari semua yang telah ada sebelumnya.

Gambaran dari budaya populer tersebut adalah bahwa pengulangan tersebut sering muncul menunjukkan bahwa apa yang pernah ada akan selalu dipakai secara terus-menerus. Saran yang dapat diberikan dengan menggunakan apa yang telah ada maka akan lebih mudah bagi konsumen untuk menerimanya.



serviens in lumine veritatis

“Kalo loe punya mimpi, just let everybody knows! Karena satu hari bisa jadi mereka yang bakal ngingetin pas kita hampir menyerah”

**In memoriam -ELIDA TAMALAGI-
1981-2011**

KATA PENGANTAR

Finally. Mungkin kata yang benar-benar saya tunggu untuk beberapa tahun terakhir ini, setelah lebih dari satu dekade berdomisili di kota ini akhirnya nama saya jadi lebih panjang kira-kira 5 huruf lagi. Salah satu nama pemberian yang bukan saya dapatkan dari orang tua saya, tapi cukup lumayan banyak orang yang tidak saya kenal memakai tambahan nama itu, S.I.Kom. Penantian yang panjang untuk mendapatkannya dengan melewati masa-masa kritis, banyak cobaan yang ditempuh, mulai dari komputer jebol, printer ngadat, motor rusak, lupa makan seharian, bingung mau ngetik apa, pengorbanan yang melelahkan. Sempet ada pertanyaan “emang lu butuh titel, bukannya kerjaan lu ga butuh titel?” ini bukan urusan butuh atau tidak tapi ini adalah LPJ untuk orang tua yang telah memasukkan saya. Terjawab sudah satu pertanyaan yang sering dilontarkan oleh orang-orang yang menyayangi, mencintai, memperhatikan, membenci dan mungkin kurang kerjaan hehehe 😊 (masih siap-siap untuk 4 pertanyaan berikutnya lagi).

Dalam penulisan skripsi ini saya membahas tentang budaya populer dalam iklan sepak bola. Budaya populer atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Pop Culture* adalah sebuah penemuan untuk dunia modern yang terus berubah dan bisa menjadi abadi. Melihat banyaknya perkembangan di dunia ini tidak bisa jauh-jauh dengan pengertian tentang dunia *Pop Culture* tersebut. Iklan sebagai salah satu bagian dari kehidupan masyarakat yang berupa media untuk berpromosi tanpa disadari juga mengalami arus yang dinamakan budaya populer tersebut. Bisa dikatakan bahwa dunia periklanan juga mempengaruhi dunia dengan segala perubahannya dan tetap di jalurnya menjadi sebuah media promosi. Begitupun dengan sepak bola sebuah olah raga yang sangat merakyat dan hampir diseluruh dunia orang-orang memainkan permainan ini, baik itu di pinggir jalan, lapangan kecil atau di lapangan yang bersifat amatir. Selain sebagai sebuah olah raga yang cukup digemari oleh seluruh lapisan masyarakat, sepak bola juga mempunyai kelebihan untuk dijadikan alat untuk media promosi yang ampuh. Dengan demikian sepak bola bisa dijadikan alat bantu promosi dengan menggabungkan

budaya populer untuk menjadikannya sebuah promosi yang tidak sia-sia dan bisa dinikmati.

Dengan selesainya ini ijinilah saya untuk mengucapkan terima kasih kepada mereka yang (mungkin) mendukung, menginspirasi, membantu, menunggu, mendorong, memaki, mencela saya antara lain:

- TUHAN YANG MAHA ESA. Atas kesempatan untuk melakukan ini semua.
- Alm Papa Bambang Suyud Joedjono (I made it Dad) yang pernah bertanya 3 hari sebelum kepergiannya “kamu mau sampai kapan?”, pertanyaan yang akhirnya bisa saya jawab.
- Mama, Mba Mita, Riri, *my champions nephew* Tobias, yang selalu sabar menunggu dengan tidak menanyakan kapan saya lulus.
- Bu Anita F Herawati dosen pembimbing yang sabar dan fair. Thanks ya bu, buat segala-galanya.
- Pak Bambang W dan Bu Dyah Ayu selaku dosen penguji. Terima kasih buat waktu dan ngobrol-ngobrolnya selama ujian.
- Kel Ali Utomo Mba Lia, Ka Edi, Ibu Ali dan Aira, terima kasih atas dukungannya.
- Kel besar Latiban dan Boerdi yang selalu bertanya “kapan selesai?” (yes dah ga ada pertanyaan itu lagi, tapi masih ada 4 pertanyaan lagi).
- My best mates Nathanael E “bapau” Sumampow, thanks buat supportnya yang ga pernah perhitungan dan tetep ngomel (kalo ga ada lo mungkin gua ga bakalan selese) sekali lagi terima kasih pak dosen; Fx Ito “Koban” ayo kita nongkrong lagi; Benedictus Nino “mbeng” (sori bor blom sempet liat anak lu); Sebastian Ponang “Tarjo” W yang nyangka gua dah D.O. (gua lanjut jo mpe titik darah penghabisan); Frater Ryan Ey Peter “dado” Vergow, yang milih jadi pastor (Salute) thanks buat doanya (lu tahbis gua pasti dateng).
- Icha Soehardojo buat bantuan datanya dari Tabloid Bola. Suwun poll.
- Penghuni Kantin Panorama: Tembelz, Koko Mamat, Ferlie, Deponk dan Gondez, Jojo, Ria dan Aryo, Ocha, Kotak, Bams, Yoga, Hohok, Chris (ayo nyusul cyiin), Mas Bay, Rio, Lucas “ponijo”, terima kasih telah membuat

saya muda lagi dan selalu menyemangati saya (buat aryo dan gondez suwun banget gelem direpoti).

- Penghuni Wisma Mawar yang sudah tidak berwisma lagi Oskar, Naga dan Lusi (thanks buat buku-bukunya), Gugun, Stanley “oom”, Cogus “BoNge”, Widhi “moko”, “Rancid” Jem, Daniel “Pace”, Kanis “Kadir”, Irwan “Ahonx”, “Seorang” Gletmen, Ogesh, Ryan “Donjer”, Rony Zakaria, Lambox Sinaga.
- Iput, Ivan dan Aul buat kegiatan yang sangat kooperatif sekali, kapan nge-Panghegar Kape lagi? Berto Gesit (buat starter gua biar mau ngetik), Nana Je, Haryo Canggih dan Hendric Laksana.
- Yang pernah bareng di Kinoki (yang sudah tidak berbentuk “bukan bioskop dan bukan coffeshop” lagi) Uncle Gentur, Ika, Fani, Agung, Antok, Timen, Ria dan Iwan, Ghea, Ijang, Si Bhe, Sanjay.
- Teman-teman dR Coffeshop (tempat yang pernah saya singgahi untuk menetap lebih dari 2 bulan) Zimbah, Madam, Itong, Abim, Feri “Pe’i”, Deri, Al Farabi, Dawang, Erri “item”, Yoga, dan Berto.
- Penghuni dan pengunjung Beo 34 dahulu dan sekarang: Mba Iks (thanks buat waktunya ber-SMS ria, bentar lagi ceko ke jakarta), Astot dan Pichan, Sisyonk, Entin, Kentus, Josephine, Wolf, Vidi dan Paw, Moody, Ruli, Andri “gendyut”, Dini “Ucil”, Via “Piku”.
- Teman-teman FISIP Atma Jaya Joshua; Mike “dagu”; Ncu; Ajus; P.S; Benot; Arint; Eta “Cempreg”; Yugyas “Mawot”; Tjebonk; Blongkeng; Edo “Bladush”; Gombloh; Nanang “gopel”; Panjul, Gito “jamban”; Pandu “Ji’ung”; Peter “ambon”, Suksmo; Totok “kloset”; Kamra; Iwan “Punk”; Mastur; Anto; Vani; Rio Darso; Teksa; Adi “Mbek”; Gde W; Adi “Joembo”; Wisnu; BeGe; Bebek; Yan “Doyok”; Lilo; Ignaz; Seto lemu; Kelly; Wiwit; Alfi; Switzy dan Tita (kapan nonton bareng lagi).
- Punggawa burjo Panghegar dan sekitarnya Amin, Sueb, Bonny, Eman, Pak Iding yang mau di utangin terus. Pak dul dan keluarga serta Risky “Sempaqa” atas pertanyaan yang selalu menyindir.

- Penghuni studio “Rejeki Tatto” Rio “Koplo”, Apri, David “Betti”, Gembel dengan segala ucapannya dan tempat untuk pelarian sementara.
- Diena Kusumastuti Utomo terima kasih buat waktu yang selalu ada dengan penuh pengertian dan kesabaran, dan Ceko (penghilang stress yang mujarab) buat nemenin dimalem hari saat mengetik.
- *Last but not least my beloved friends* Elida Tamalagi (1981-2011) yang suka marahin gua, sambil ngomong “ngapain sih lo sekolah lama-lama? Sekolah tuh ga penting tau! Makanya gue dulu sekolah cepet-cepet!”. Akhirnya gue bikin skripsi hasil dari obrolan kita tempo dulu tentang Budaya Populer, dan sekarang sudah selesai. Thanks banget dot. Istirahatlah dengan damai di sana, kamu telah menang, karya-karyamu dan **KINOKI** akan tetap hidup. You’re Rock n’ Legend...yeeeaahhhhh....

Demikian sedikit basa-basi dari saya dan mohon maaf jika masih ada yang kelupaan atau kelewat dan bukan berarti terlupakan dan terlewatkan.

Terima Kasih Untuk Semuanya Yang Selalu Membuat Saya Terus Tertawa dan Bahagia.

YEAAHHH...!!!!!!

Penulis. Yogyakarta, 2011

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Abstraksi	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat	8
E. Kerangka Konsep	8
F. Definisi Operasional	23
G. Metodologi	30
1. Metode dan Sifat Penelitian	31
2. Teknik Pengumpulan Data	33
3. Populasi	34
4. Sampel	35
5. Pengkodean	36
6. Realibilitas	37
7. Metode Analisis Data	39
BAB II TEMUAN DATA DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian	40
B. Gambaran Umum Pengkode	43

C. Pembahasan	44
BAB III PENUTUP	
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
Daftar Pustaka	95
Lampiran	



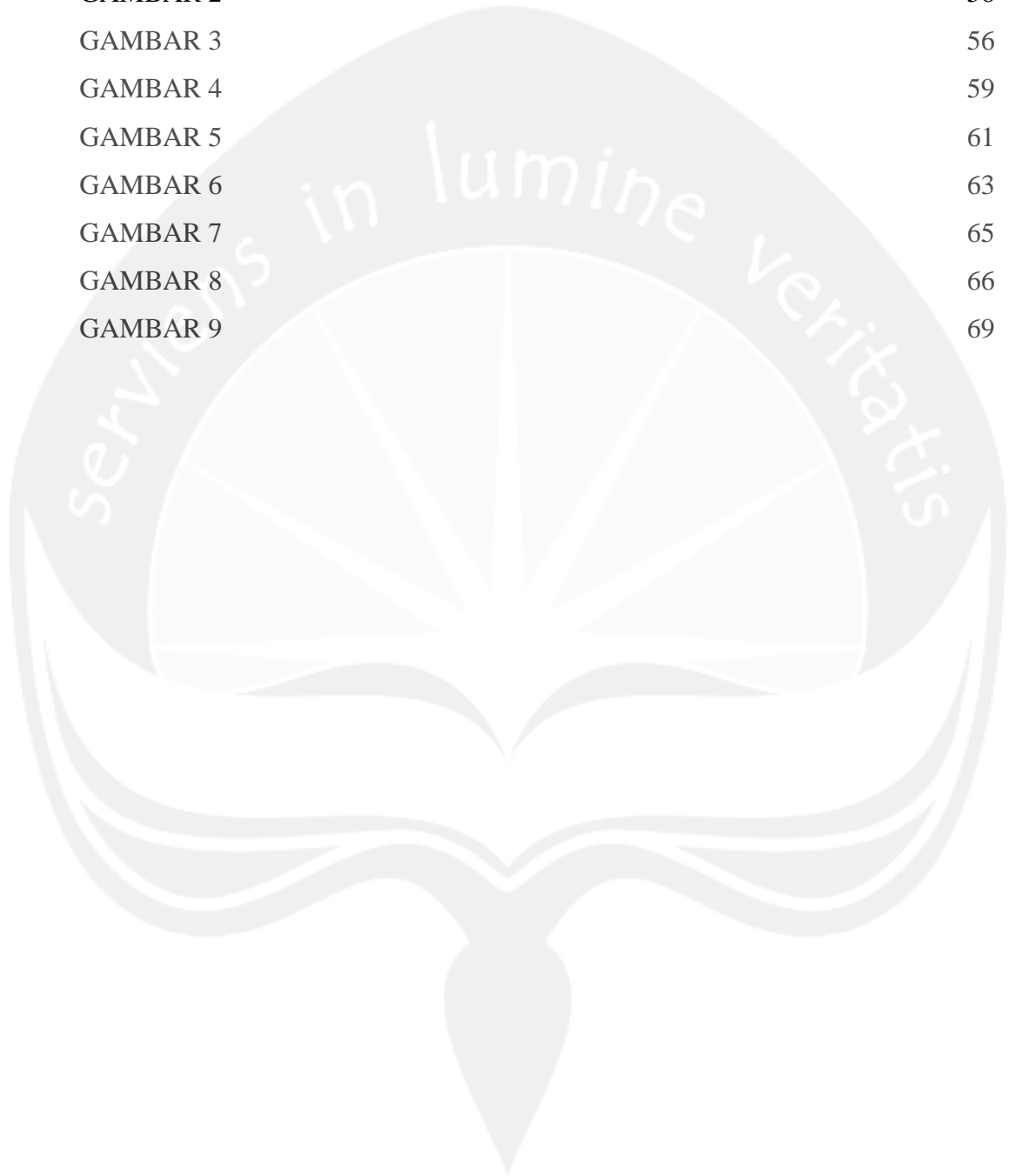
DAFTAR TABEL

TABEL 1.	Unit Analisis dan Kategori Penelitian	21
TABEL 2.	Jumlah Sampel dan Jumlah Iklan Setiap Edisi	47
TABEL 3.	Jumlah Pernyataan Yang Disetujui Oleh Pengkode dan Peneliti	48
TABEL 4.	Jumlah Pernyataan Yang Disetujui Oleh Pengkode dan Peneliti	49
TABEL 5.	Unit Analisis Tren Kategori Iklan Olah Raga Massal	51
TABEL 6.	Unit Analisis Tren Kategori Iklan Olah Raga Perorangan	52
TABEL 7.	Unit Analisis Tren Kategori Iklan non-Olah Raga Dengan Unsur Piala Dunia	53
TABEL 8.	Unit Analisis Tren Kategori Iklan non-Olah Raga Dengan Unsur Lainnya	53
TABEL 9.	Unit Analisis Keseragaman Bentuk Kategori Headline Yang Seragam	55
TABEL 10.	Unit Analisis Keseragaman Bentuk Kategori Headline Yang Tidak Seragam	57
TABEL 11.	Unit Analisis Keseragaman Bentuk Kategori <i>Body Copy</i> Sesuai Dengan Tema	57
TABEL 12.	Unit Analisis Keseragaman Bentuk Kategori <i>Body Copy</i> Tidak Sesuai Dengan Tema	58
TABEL 13.	Unit Analisis Keseragaman Bentuk Kategori Slogan Sederhana	59
TABEL 14.	Unit Analisis Keseragaman Bentuk Kategori Slogan Mudah Diingat	60
TABEL 15.	Unit Analisis Adaptabilitas Kategori <i>Layout</i> Iklan Menggunakan Kalimat Piala Dunia	62
TABEL 16.	Unit Analisis Adaptabilitas Kategori <i>Layout</i> Iklan Menggunakan Logo Piala Dunia	63
TABEL 17.	Unit Analisis Adaptabilitas Kategori Ilustrasi Menggunakan Bintang Sepak Bola	64
TABEL 18.	Unit Analisis Adaptabilitas Kategori Ilustrasi Bintang Sepak Bola Mewakili Produk	66
TABEL 19.	Unit Analisis Adaptabilitas Kategori Ilustrasi Dramatisasi	

Tentang Piala Dunia	67
TABEL 20. Unit Analisis Adaptabilitas Kategori Ilustrasi Menggunakan Atribut Sepak Bola	68
TABEL 21. Unit Analisis Durabilitas Kategori <i>Body Copy</i> Menyesuaikan Dengan Piala Dunia	70
TABEL 22. Unit Analisis Durabilitas Kategori <i>Body Copy</i> Warna Yang Muncul Menggunakan Atribut Piala Dunia	71
TABEL 23. Unit Analisis Durabilitas Kategori <i>Layout</i> Produk Yang Ditawarkan Jelas	71
TABEL 24. Unit Analisis Durabilitas Kategori <i>Layout</i> Memanfaatkan Piala Dunia Untuk Unsur Daya Tarik Produk	72
TABEL 25. Unit Analisis Profitabilitas Kategori Bentuk Visual Iklan Menggunakan Bintang Sepak Bola	73
TABEL 26. Unit Analisis Profitabilitas Kategori Bentuk Visual Iklan Menggunakan Atribut Piala Dunia	74
TABEL 27. Unit Analisis Profitabilitas Kategori Slogan Penawaran Barang	75
TABEL 28. Unit Analisis Profitabilitas Kategori Slogan Promosi Barang	75

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	46
GAMBAR 2	56
GAMBAR 3	56
GAMBAR 4	59
GAMBAR 5	61
GAMBAR 6	63
GAMBAR 7	65
GAMBAR 8	66
GAMBAR 9	69



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Coding Sheet
- Lampiran 2 Guideline
- Lampiran 3 Realibilitas Antar Peneliti dengan Pengkode 1 dan 2
- Lampiran 4 Hasil Data Peneliti

