

**STUDI OBSERVASI KONTEN IKLAN
BERDASARKAN DURASI DAN JAM TAYANG PRIME TIME
(Kasus Pada Iklan Televisi di TRANS7)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

Aloysius Rinaldo Sundah

NPM: 05 03 15860

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
DESEMBER, 2011**

SKRIPSI

**STUDI OBSERVASI KONTEN IKLAN
BERDASARKAN DURASI DAN JAM TAYANG PRIME TIME
(Kasus Pada Iklan Televisi di TRANS7)**



Disusun oleh :

Aloysius Rinaldo Sundah

NPM : 05 03 15860

Telah Dibaca dan Disetujui Oleh :

Pembimbing



(C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.)

Tanggal, 15 Desember 2011

SKRIPSI

**STUDI OBSERVASI KONTEN IKLAN
BERDASARKAN DURASI DAN JAM TAYANG PRIME TIME
(Kasus Pada Iklan Televisi di TRANS7)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Aloysius Rinaldo Sundah

NPM: 05 03 15860

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 20 Januari 2012
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

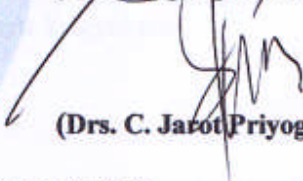
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


(Drs. Gunawan Jiwanto, MBA.)

Anggota Panitia Penguji


(Budi Suprpto, MBA., Ph.D.)


(Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.)

Yogyakarta, Januari 2012

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Dr. Dorothea Wahyu Ariani, SE, MT.

PERNYATAAN

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

**STUDI OBSERVASI KONTEN IKLAN
BERDASARKAN DURASI DAN JAM TAYANG PRIME TIME
(Kasus Pada Iklan Televisi di TRANS7)**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini melalui catatan perut atau daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Desember 2011

Penulis,



Aloysius Rinaldo Sundah

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena kasih, berkat, dan anugrahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, walaupun masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis juga menyadari bahwa sudah banyak pihak-pihak yang membantu baik dalam hal data, informasi, semangat, waktu, dukungan doa, serta dukungan *financial*, oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesa-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada, selalu menguatkan penulis, dan selalu memberikan berkat serta kasihNya sehingga penulis dapat bertahan dan semangat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak C. Jarot Proyogutomo, Drs., MBA., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing penulis, telah memberikan waktu, pengarahan dan kepercayaan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh dosen dan staff pengajar Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya dosen-dosen pengajar Fakultas Ekonomi, terima kasih telah memberikan materi kuliah yang sangat bermanfaat untuk masa depan.
4. Papa Donald, Mas Evan dan tentunya Mama tersayang yang selalu mendukung untuk terus menyelesaikan skripsi ini, terima kasih untuk

dukungan doa, *financial*, kepercayaan, dan kesabarannya untuk mengantar anakmu ini. *Love u mam....*

5. Unyung 'Zebaoth Khristi Putrie' terima kasih \$4Y4NK sudah membantu, setia menemani dan menghibur. *Ihk Hou Van Jou...(" ,)*
6. Mbah Bedog (Om. PC. Hartono), Mbah Pleci (Mas Frans) dan Mbah Kaji (Mas Rendra) yang selalu setia menghibur dikala suntuk menyerang kepala. 23... 23.... Gelar lapak mbahhhhh..... He..he..he... REMI.COM
7. Mbah Bedog (Om. PC. Hartono), terima kasih telah meminjamkan tripod dan cameranya.. Dek rinus, makasih handycamp'nya.. walaupun gak da batrey bisa tetap nyala coy... xixixixixixixi.....
8. Keluarga Besar DIRDJAATMADJA, Terima kasih atas Doa dan Dukungan yang diberikan... Matur Nuwun....
9. Untuk teman-teman kampus Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Thank's to Adrian, Novan, Surya, Kambing, Andy, Tha-Tha, Devi, and ALL My Friends.... "ZAPARAT0Z BLANK!!!"
10. Dek DANIZ yang sesalu ceria, canda tawa.... Pokok'e dewe sok nyingnyong yo Niz,,,,,,, wekekekkekekekek.....
11. Untuk teman-teman JOGJANGLER... SALAM STRIKE!!!
12. My Second GF ACER, terima kasih.. tanpa ada kamu ak tak bisa mengerjakan skripsiku.. and juga printerku Pixma IP 1300 yang selalu membantu untuk mencetak.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya selaku penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna baik dari segi isi maupun cara penulisan. Oleh karena itu dengan rendah hati dan terbuka, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dan bermanfaat untuk lebih baiknya skripsi ini di kemudian hari.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Yohanes 15: 15-16

Aku tidak menyebut kamu lagi hamba, sebab hamba tidak tahu, apa yang diperbuat oleh tuannya, tetapi Aku menyebut kamu sahabat, karena Aku telah memberitahukan kepada kamu segala sesuatu yang telah Kudengar dari BapaKu. Bukan kamu yang memilih Aku, tetapi Akulah yang memilih kamu...

Jogyakarta, 15 November 2011

Aloysius Rinaldo Sundah



BERDOA

DAN

BERSYUKUR



SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN

UNTUK MAMAKU TERCINTA...

THERESIA SRI HARI MARIANTI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1. Pengertian Periklanan.....	14

2.2.	Fungsi Periklanan.....	14
2.3.	Tahapan Proses Manajemen Periklanan	24
2.4.	Periklanan Melalui Televisi	52
2.5.	Istilah Dalam Dunia Pertelevisian.....	54
BAB III	METODE PENELITIAN	59
3.1.	Jenis Penelitian.....	59
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian	59
3.3.	Objek penelitian	31
3.4.	Metode Pengambilan Sampel.....	60
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	61
3.6.	Pengukuran Instrumen Penelitian	62
3.7.	Metode Analisis Data.....	62
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	71
4.1.	Penjelasan Penelitian.....	71
4.2.	Hasil Temuan Eksplorasi	71
BAB V	PENUTUP.....	128
5.1.	Kesimpulan	128
5.2.	Implikasi Manajerial	131
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	131

DAFTAR PUSTAKA..... 133

LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Hasil Eksplorasi..... 135



DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1 Pendapatan TRANS7 dari Iklan di Jam Tayang Prime Time	112
2. Tabel 4.2 Hasil Persentase berdasarkan Jam Tayang Prime Time.....	113
3. Tabel 5.1 Pendapatan TRANS7 dari Iklan di Jam Tayang Prime Time	130
4. Tabel 5.2 Hasil Persentase berdasarkan Jam Tayang Prime Time.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahapan Proses Manajemen Periklanan.....	25
Gambar 4.1	Contoh Iklan Honda Beat.....	74
Gambar 4.2	Contoh Iklan provider XL.....	75
Gambar 4.3	Contoh Iklan Partai GERINDRA.....	75
Gambar 4.4	Contoh Iklan Perusahaan Suzuki	76
Gambar 4.5	Contoh Iklan Perusahaan Suzuki.....	79
Gambar 4.6	Contoh Iklan provider XL.....	79
Gambar 4.7	Contoh Iklan TORA BIKA Susu Full Cream	80
Gambar 4.8	Contoh Iklan Partai GERINDRA.....	80
Gambar 4.9	Contoh Iklan Produk Makanan KFC.....	81
Gambar 4.10	Contoh Iklan Perusahaan Suzuki	84
Gambar 4.11	Contoh Iklan provider XL.....	84
Gambar 4.12	Contoh Iklan Produk Makanan KFC.....	85
Gambar 4.13	Contoh Iklan Sampo PANTENE	85
Gambar 4.14	Contoh Iklan Teh Rasa Buah FRUIT TEA	86
Gambar 4.15	Contoh Iklan KOPI KAPAL API.....	89
Gambar 4.16	Contoh Iklan Perusahaan Suzuki.....	90
Gambar 4.17	Contoh Iklan Sampo PANTENE	90
Gambar 4.18	Contoh Iklan SOS Pembersih Lantai	91
Gambar 4.19	Contoh Iklan Mobil TOYOTA AVANZA.....	91
Gambar 4.20	Contoh Iklan provider XL.....	92

Gambar 4.21	Contoh Iklan Partai GERINDRA.....	92
Gambar 4.22	Iklan Sampo HEAD & SHOULDERS.....	93
Gambar 4.23	Contoh Iklan Produk Makanan KFC.....	93
Gambar 4.24	Contoh Iklan Perusahaan Suzuki.....	97
Gambar 4.25	Contoh Iklan KECAP PEDAS ABC.....	97
Gambar 4.26	Contoh Iklan NIVEA FOR MEN.....	98
Gambar 4.27	Contoh Iklan Semen HOLCIM.....	98
Gambar 4.28	Contoh Iklan Kopi GOOD DAY.....	99
Gambar 4.29	Contoh Iklan Provider AXIS.....	99
Gambar 4.30	Contoh Iklan Mobil TOYOTA AVANZA.....	100
Gambar 4.31	Contoh Iklan Sampo CLEAR.....	103
Gambar 4.32	Contoh Iklan Susu BEBELAC.....	104
Gambar 4.33	Contoh Iklan BOGASARI Tepung Terigu.....	104
Gambar 4.34	Contoh Iklan Motor HONDA BLADE.....	105
Gambar 4.35	Contoh Iklan TUC Biskuit.....	108
Gambar 4.36	Contoh Iklan Bedak MAYBELLINE.....	109
Gambar 4.37	Contoh Iklan Privider AS.....	109
Gambar 4.38	Contoh Iklan SARIMI ISI 2.....	110
Gambar 4.39	Contoh Iklan OLAY Pelambab Wajah.....	110
Gambar 4.40	Contoh Iklan LA FONTE Pasta.....	111
Gambar 4.41	Contoh Iklan Susu BONEETO.....	111
Gambar 4.42	Contoh Daya Tarik Selebritis.....	113

Gambar 4.43	Contoh Daya Tarik Selebritis	114
Gambar 4.44	Contoh Daya Tarik Selebritis	114
Gambar 4.45	Contoh Daya Tarik Selebritis	115
Gambar 4.46	Contoh Daya Tarik Humor	116
Gambar 4.47	Contoh Daya Tarik Humor	117
Gambar 4.48	Contoh Daya Tarik Kesalahan	118
Gambar 4.49	Contoh Daya Tarik Kesalahan	118
Gambar 4.50	Contoh Daya Tarik Komparatif	119
Gambar 4.51	Contoh Daya Tarik Komparatif	120
Gambar 4.52	Contoh Daya Tarik Rasional	121
Gambar 4.53	Contoh Daya Tarik Rasional	121
Gambar 4.54	Contoh Daya Tarik Emosional	122
Gambar 4.55	Contoh Daya Tarik Emosional	123
Gambar 4.56	Contoh Daya Tarik Seks	124
Gambar 4.57	Contoh Daya Tarik Spiritual	125
Gambar 4.58	Contoh Daya Tarik Spiritual	125
Gambar 4.59	Contoh Daya Tarik Kombinasi	127

INTISARI

STUDI OBSERVASI KONTEN IKLAN BERDASARKAN DURASI DAN JAM TAYANG PRIME TIME (Kasus Pada Iklan Televisi di TRANS7)

Disusun Oleh :

Aloysius Rinaldo Sundah

05 03 15816

Dosen Pembimbing :

C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi isi (content) iklan televisi di stasiun televisi TRANS7 ditinjau berdasarkan durasi dan jam tayang prime time. Alat analisis yang digunakan adalah metode analisis isi (content analysis method). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah iklan yang muncul pada jam tayang prime time (18.00 WIB – 22 WIB) di TRANS7. Hasil analisis isi (content analysis method) menunjukkan sebuah peta periklanan di televisi, durasi iklan yang tayang, letak dan posisi iklan dalam jam tayang prime time dan commercial break yang terjadi ketika program acara sedang berlangsung. Hal ini mempermudah pengiklan untuk memantau pesainnya dalam hal pengiklanan, pengiklan juga dapat memprediksi biaya yang harus dikeluarkan untuk iklan khususnya pada iklan televisi. Dari ketiga tahapan proses manajemen yang ada, tahapan yang paling banyak diterapkan adalah daya tarik pesan, hal ini membantu pengiklan untuk menarik perhatian pemirsa televisi.

Kata Kunci : Periklanan, Durasi, Jam Tayang Prime Time, Iklan Televisi TRANS7