

**PERSAINGAN MEDIA CETAK LOKAL DALAM MEMPEREBUTKAN
IKLAN DI YOGYAKARTA**

*(Analisis isi Tingkat Persaingan Media Cetak Lokal Dalam Memperebutkan Iklan Di
Yogyakarta antara Surat Kabar Koran Merapi dan Harian Meteor
periode 1February 2008 – 30 April 2008 dengan Aplikasi Teori Niche)*

**LOCAL PRINT MEDIA COMPETITION TO GET ADVERTISEMENT
IN YOGYAKARTA**

*(Content Analysis of Local Print Media Competition To Get Advertisement In
Yogyakarta between Daily Koran Merapi and Harian Meteor
period February, 1 2008 – April, 30 2008 Applying Niche Theory)*



Yandi Jamaludin Ilyas

20030530095

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008/2009**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 7 April 2009
Tempat : Ruang Negosiasi
Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Penguji II

Zein Mufarrih M, S.IP

Zuhdan Aziz, S.IP, Ssn

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal 7 April 2009**

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si.
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

“.....Allah tidak hendak menyulitkan kamu, tetapi Dia hendak membersihkan kamu dan menyempurnakan nikmat-Nya bagimu, supaya kamu bersyukur “.
(Al Maidah : 6)

“ Hadapi kesulitan dengan kesabaran, ketenangan, dan positif thinking, semua akan berakhir dengan bahagia, yakin semua bisa terlewati n keep smile.....”

“ Jangan Putus Asa “

“ Tetap Tenang Tetap Semangat “

Persembahkanipun :

“ Alhamdulillah.... semua proses dalam pengerjaan skripsi ini telah dilalui dengan berbagai perasaan yang campur aduk suka maupun duka...berkat ridho dan rahmat dari Allah SWT semua berjalan semua bisa dengan lancar....dan kupersembahkan hasil karya intelektual ini kepada orang-orang yang aku sayangi dan cintaisemoga bisa bermanfaat bagi semua yang membaca dan yang membutuhkan....”

*My parent is a my boss : My Father Dedi Semedi, Sp and
My Mother Sukaryanti*

My Brother Nanang Dwi Destian

*Keluarga Besar Alm. Bapak Kadar (mbah kakung) dan
Almh. Ibu Muslihah (Si Mbah Putri)*

*Keluarga Besar Alm. Bapak MA Jatmika (Apa') dan
Almh. Ibu Sophia' (Emak')*

*Dan juga Almh. Bude'ku (Ibu Sukasih) semoga bahagia di
tsurga yang diridhoi-Nya*

Kel. Besar Pa'de (Bapak Bahrul Alam)

Dan orang-orang yang aku sayangi dan cintai....

Maturnuwun Sanget :

Hamba panjatkan kehadiran Allah SWT yang berhaq atas semua kehidupan di alam semesta ini , Dia-lah yang berkendak atas *rampungnya* skripsi ini....dan juga junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang menjadi Uswatun Khasanah bagi umat diseluruh muka Bumi ini dan menjadi nabi Akhir Zaman....

Untuk kedua orang tua ku yang selalu mendoakan anaknya siang maupun malam dan atas perjuangannya memberikan yang terbaik sehingga anaknya bisa menyelesaikan pendidikan S 1-nya. Selalu memberikan nasihat-nasihat serta motivasi-motivasi untuk terus berjuang dalam kehidupan ini....

For Fitria Azizah smoga kita bisa memulai awal ini dengan baik dan berakhir dengan indah , my brother Nanang DD sing sering ta' marahin ne ak kesel karo kwe, tapi juga sering membantu kakaknya yang sedang membutuhkan pertolongan thanx for all....Mz Wiwit (akhirnya aku bisa nyusul dirimu....he..he...), Kel. Mz Fery Kurniawan, Kel. Om Parlan, Kel. Om Darnoto, Kel.Om Yogie,

Anak2 pekalongan di UMY Reni, Sefri, n Izue ayo terus khan perjuanganmu.....indah, S.IP ,kiki,S.IP, gopal, S.IP, aliph, S.IP, temanmu iki menyusul....dan teman-teman yang belum sempat saya kenal, Fariz (kempenk) (ayo nyusul dilit neh kelar....), Kempenk (tuluz), Piven (mbo' De) thanx atas masukan-masukan diskripsinya...

Anak-anak kelas IK B 2003 yang sudah lulus maupun belum (ayo dabht semangat...kapan kita reunion ke..), dian (mahes) jangan suka nyolong yang "gituan" terus hahah...ditanyai ibu kos mu lho, rizki n dani " simbah" ayo semangat bro....fajar sungkono" Jarkoni " , The Kacang Tholo (yang belum skripsi dang digarap....), Dhani (wedok) thanx for info2na....Djati (wedok)...jangan patah semangat...teruskan my friend sampai kelar, thn dah dibanti power pointnya, n agung "sarno" thnx power pointnya..., doni "bakso bakar" (ndi gratisanne)

Temen-temen KKN di Dusun Kembang Imogiri, teman-teman di Dusun Kembang Imogiri mz.Muthohar, Mz. Rosyidin, mz Mubarak, mz. Sulaiman, Mz. Heri n temen2 di dusun Kembang yang belum disebutin namanya
Teman-teman dalam produksi iklan "Senja", "Amild", film " Feel", "Dunia Dalam Kotak"., Adenis, Dwi kapan kita kerjasama lagi....

Anak-anak ukm musik UMY, ex. MY Bands Brankas Bandit (Petax, Chabuls), StupidNoise (Tomi, Fariz, Farid,Gusto), Garis Tepi (kenangan yang tidak bisa dirasakan....they give me for good choice.....)

Bu Tri Hastuti N selaku pembimbing I, thanx atas masukan-masukannya n ur signature matur nuwun, Mz. Boz Zein MM selaku pembimbing II, thanx juga untuk masukan dalam skripsinya paling senang ne dah ketemu Mz.Boz Zein cepet soalna ne signature he.he.he., Pa' Zuhdan penguji pendadaran ku, yang membantai diriku di pendadaran tapi thnx atas semuanya, saya bisa melihat seberapa besar kemampuan saya di skripsi ini...

Dosen-dosen Komunikasi yag telah memberikan ilmu2nya kepada saya semoga bermanfaat di kemudian hari.

Thanx a lot buat SK Koran Merapi mz. Doni buat data-datanya n juga Pimrednya (sori lupanamane), Buat SK Harian Meteor, mz. Agus thanx juga data-datanya sori kalau sempat ngerepotin

Pa' Jono thanx atas info2nya dan bantuannya selama ini, Mb. Siti juga thnx yo info2nya mb....

Para pegawai UMY dari Rektor sampai pada OBnya plus penjaga parkir.

Thnx to kos pa' Natsir : Adhit (makasih untuk numpang ngeprintnya), Ari "Slerega",Sigit, Bimo (makasih dah diajarin Exel), Farkhan, Agus, Hendra, Inung, Badrun, Dian, Fahmi.

Komputerku yang aku sayangi kamu menemani aku ngelembur sampai pagi dan tidak ngambek jangan kayak printerku yang ngambek dan ngadat waktu terakhir mo dipakai...kenapa dikau begitu oh my Epson C90.....berjalah padaku..untuk detikdetik terakhir dalam menyelesaikan skripsi ini....

Dan semua teman-teman yang telah berjasa maupun tidak dalam perjalanan proses skripsi ini, maaf apabila tidak disebutin namanya.....tenan g disengaja karena manusia mempunyai keterbatasan dalam mengingat...peace...

“ Tetap Tenang Tetap Semangat “



KATA PENGANTAR



Assalammu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan segala hormat dan kerendahan serta ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini, yaitu kepada:

- 1." Kedua orang tuaku, Bapak dan Ibu tercinta atas doa-doanya siang dan malam yang senantiasa dipanjatkan, sehingga memberikan dukungan penuh atas terselesainya skripsi ini.
- 2." Bapak Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
- 3." Ibu Tri Hastuti N. R., S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, atas segala bimbingan dan nasehatnya demi kesempurnaan skripsi ini.
- 4." Mz. Zein Muffarikh M,S.IP selaku Dosen pembimbing II, atas segala masukan saran dan signaturenya dari awal hingga akhir skripsi.
- 5." Pak Zuhdan Aziz, S.IP,S.Sn selaku Dosen Penguji, yang telah memberikan kritik dan sarannya demi perbaikan skripsi ini.
- 6." Semua Dosen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang telah diberikan selama tahun 2003 – 2009.
- 7." Semua teman-teman dan sahabat-sahabatku seperjuangan angkatan 2003 khususnya IK B, atas segala dorongan dan dukungannya.
- 8." Segenap Civitas Akademis Jurusan Ilmu Komunikasi UMY.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menambah khasanah pustaka dan keilmuan, serta bermanfaat bagi semua pihak.

“ Tetap Tenang Tetap Semangat “

Wassalammu ‘alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Mei 2009

Yandi Jamaludin Ilyas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xvi
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx

BAB I PENDAHULUAN

A." LATAR BELAKANG	1
B." RUMUSAN MASALAH	10
C." TUJUAN PENELITIAN	10
D." MANFAAT PENELITIAN	11
E." HIPOTESIS	11
F." KERANGKA TEORI	11
1." Periklanan Sebagai Proses Komunikaasi	11
2." Iklan Sebagai Komunikasi Massa	15
3." Periklanan di Media Massa.....	18
4." Pers Sebagai Industri Bisnis.....	21
5." Periklanan di Media Cetak.....	23
6." Iklan di Surat Kabar	29
7." Teori Niche	34
G." DEFINISI KONSEPSUAL	36

H."DEFINISI OPERASIONAL	37
I." METODE PENELITIAN	49
BAB II PROFILE SURAT KABAR	
A."Surat Kabar Koran Merapi	
1. Sejarah Koran Merapi	55
2. Visi dan Misi.....	56
3. Struktur Organisasi	57
4. Segmentasi Khalayak.....	58
5. Rubrik Koran Merapi.....	61
B."Surat kabar Harian Meteor	
1. Sejarah Harian Meteor	64
2. Visi dan Misi.....	66
3. Struktur Organisasi	66
4. Segmentasi Khalayak.....	67
5. Rubrik Harian Meteor	69
BAB III PEMBAHASAN DAN ANALISI ISI DENGAN APLIKASI	
TEORI NICHE	
A." Sekilas Tentang Pencetakan iklan di surat kabar	
Koran Merapi dan surat kabar Harian Meteor	72
B." Pencetakan iklan berdasarkan Kategori Jenis Produk.....	76
C." Pencetakan iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan	110
D." Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan	148
a." Niche Breadth berdasarkan Kategori Jenis Produk.....	149
b." Niche Breadth berdasarkan Kategori Jenis Iklan.....	162
E." Niche Ovelap Frekuensi Pencetakan Iklan	175
a." Niche Overlap berdasarkan Kategori Jenis Produk	176
b." Niche Overlap berdasarkan Kategori Jenis Iklan.....	189

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A." Kesimpulan	197
B." Saran	199

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Kategori Jenis Produk	39
1.2 Kategori Jenis Iklan	47
2.1"Segmentasi Jenis Kelamin Koran Merapi.....	58
2.2"Segmentasi Usia Koran Merapi	59
2.3"Segmentasi Pengeluaran Per Bulan Koran Merapi.....	59
2.4"Segmentasi Pekerjaan Koran Merapi.....	60
2.5"Segmentasi Pendidikan Koran Merapi.....	60
2.6"Segmentasi Jenis Kelamin harian Meteor.....	67
2.7"Segmentasi Usia Harian Meteor	67
2.8"Segmentasi Pengeluaran Per Bulan harian Meteor.....	68
2.9"Segmentasi Pekerjaan Harian Meteor.....	68
3.1" Kategori Jenis Produk	74
3.2" Kategori Jenis Iklan.....	75
3.3" Fekkuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Produk di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan February 2008.....	76
3.4" Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan Maret 2008.....	87
3.5" Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Produk Di Surat KabarKoran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan April 2008.....	98
3.6 Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan February 2008.....	110
3.7" Frekuensi Pencetakan iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan Maret 2008.....	122

3.8" Frekuensi Pencetakan iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan April 2008	134
3.9" Patokan Niche Breadth Pencetakan Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Produk Periode 1 February – 30 April 2008	149
3.10 Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan February 2008	150
3.11 Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan Maret 2008	154
3.12 Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan April 2008	158
3.13 Patokan Niche Breadth Pencetakan Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Periode 1 February – 30 April 2008	163
3.14 Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan February 2008	163
3.15 Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan Maret 2008	167
3.16 Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan kategori Jenis Iklan	

Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan April 2008	171
3.17 Patokan Niche Overlap Pencetakan Iklan	
Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Berdasarkan Kategori Jenis Produk Periode 1 February – 30 April 2008	176
3.18 Niche Overlap Frekuensi Pencetakan Iklan	
Berdasarkan Kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan February 2008	177
3.19 Niche Overlap Frekuensi Pencetakan Iklan	
Berdasarkan Kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan Maret 2008	181
3.20 Niche Overlap Frekuensi Pencetakan Iklan	
Berdasarkan Kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan April 2008	185
3.21 Niche Overlap Frekuensi Pencetakan Iklan	
Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan February 2008	189
3.22 Niche Overlap Frekuensi Pencetakan Iklan	
Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan Maret 2008	191

3.23 Niche Overlap Frekuensi Pencetakan Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat Kabar Harian Meteor Periode Bulan April 2008	194
---	-----

DAFTAR GRAFIK

3.1." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Surat Kabar Koran Merapi Berdasarkan Kategori Jenis Produk Periode Bulan February 2008	152
3.2." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Surat Kabar Harian Meteor Berdasarkan Kategori Jenis Produk Periode Bulan February 2008	153
3.3." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Surat Kabar Koran Merapi Berdasarkan Kategori Jenis Produk Periode Bulan Maret 2008	156
3.4." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Surat Kabar Harian Meteor Berdasarkan Kategori Jenis Produk Periode Bulan Maret 2008	157
3.5." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Surat Kabar Koran Merapi Berdasarkan Kategori Jenis Produk Periode Bulan April 2008	160
3.6." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Iklan Surat Kabar Harian Meteor Berdasarkan Kategori Jenis Produk Periode Bulan April 2008	162
3.7." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Jenis Iklan Surat Kabar Koran Merapi Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Periode Bulan February 2008	165
3.8." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi	

Pencetakan Jenis Iklan Surat Kabar Harian Meteor Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Periode Bulan February 2008	167
3.9." Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Jenis Iklan Surat Kabar Koran Merapi Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Periode Bulan Maret 2008	169
3.10."Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Jenis Iklan Surat Kabar Harian Meteor Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Periode Bulan Maret 2008	171
3.11."Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Jenis Iklan Surat Kabar Koran Merapi Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Periode Bulan April 2008	173
3.12."Proporsi Dan Niche Breadth Frekuensi Pencetakan Jenis Iklan Surat Kabar Harian Meteor Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Periode Bulan April 2008	175
3.13."Niche Overlap Frekuensi Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat kabar Harian Meteor Periode Bulan February 2008	180
3.14."Niche Overlap Frekuensi Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat kabar Harian Meteor Periode Bulan Maret 2008	184
3.15."Niche Overlap Frekuensi Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Produk Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat kabar Harian Meteor Periode Bulan April 2008	188

3.16. "Niche Overlap Frekuensi Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat kabar Harian Meteor Periode Bulan February 2008	191
3.17. "Niche Overlap Frekuensi Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat kabar Harian Meteor Periode Bulan Maret 2008	194
3.18. "Niche Overlap Frekuensi Iklan Berdasarkan Kategori Jenis Iklan Di Surat Kabar Koran Merapi Dan Surat kabar Harian Meteor Periode Bulan April 2008	196

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising

Yandi Jamaludin Ilyas
20030530095

Persaingan Media Cetak Lokal Dalam Memperebutkan Iklan Di Yogyakarta
(*Analisis isi Tingkat Persaingan Media Cetak Lokal Dalam Memperebutkan Iklan Di Yogyakarta antara Surat Kabar Koran Merapi dan Harian Meteor periode 1 February 2008-30 April 2008 dengan Aplikasi Teori Niche*)

Tahun Skripsi: 2009 + 148 hal + 34 hal tabel + 18 hal grafik

Daftar Kepustakaan : 21 Buku + 2 Jurnal + 2 Dokumen + 1 Majalah + 2 Sumber
Online

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan yang terjadi antara surat kabar lokal di DI Yogyakarta antara surat kabar *Koran Merapi* dan surat kabar *Harian Meteor* pada periode 1 February 2008 – 31 April 2008 dalam memperoleh sumber penunjang (iklan). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat ketergantungan kedua surat kabar terhadap sumber penunjangnya (iklan) dan seberapa ketat tingkat persaingan antara kedua surat kabar dalam memperoleh sumber penunjangnya (iklan). Metode penelitian yang digunakan adalah metode *analisis isi (Content Analysis)* dan diaplikasikan dengan teori *Niche*, yaitu teori yang mengukur seberapa besar ketumpang tindihan sebuah populasi dalam memperoleh sumber penunjangnya yaitu iklan. Penelitian ini didasarkan pada kategori jenis produk dan kategori jenis iklan. Tingkat persaingan antar surat kabar dapat diukur menggunakan *Teori Niche*, dengan dua konsepnya yaitu *Niche Breadth* (tingkat hubungan antara suatu populasi/mahluk hidup dengan sumber penunjangnya dalam satu komunitas). Mahluk hidup atau populasi disebut *Spesialis*, apabila hanya menggantungkan kehidupannya terhadap satu jenis sumber penunjang dan dikatakan *Generalis*, apabila menggantungkan kehidupannya pada beragam jenis sumber penunjang kehidupan. Konsep keduanya yaitu *Niche Overlap* (menunjukkan derajat kompetisi antara dua populasi/mahluk hidup dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupan). Dari hasil penelitian dan perhitungan menggunakan rumus Levins I, ditarik kesimpulan untuk surat kabar *Koran Merapi* memiliki sifat *Spesialis* terhadap kategori iklan produk yaitu *Klinik*, dan *Cenderung Generalis* terhadap kategori jenis iklan *Display*, iklan kolom, dan iklan *Public Notice*. Sedangkan surat kabar *Harian Meteor* juga memiliki sifat *Spesialis* terhadap kategori produk *Klinik*, dan *Cenderung Generalis* terhadap kategori jenis iklan *Display*, iklan kolom, dan iklan baris. Untuk tingkat persaingannya antara surat kabar *Koran Merapi* dan surat kabar *Harian Meteor* sangat ketat pada kategori jenis produk *Kosmetik* dan *Lowongan*. Sedangkan untuk kategori jenis iklan terjadi pada jenis iklan *Display* dan iklan baris dan berlangsung sangat ketat.

The University of Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social and Political Science
The Department of Communication
Advertising Concern

Yandi Jamaludin Ilyas
20030530095

Local Print Media Competition To Get Advertisement In Yogyakarta (*Content Analysis of Local Print Media Competition To Get Advertisement In Yogyakarta between Daily Koran Merapi and Harian Meteor period February, 1 2008 – April, 30 2008 Applying Niche Theory*)
Year : 2009 + 148 pages + 34 table pages + 18 graphic pages
Bibliography list : 21 Books + 2 Journal + 2 Documents + 1 Magazine + 2 Source Of Online

ABSTRACT

This research background overshadows by competition happened between local newspapers in DIY (Special Province of Yogyakarta) between Koran Merapi newspapers and Harian Meteor Newspaper at period 1 February 2008 - 31 April 2008 in obtaining source of supporter (advertisement). The purpose of this research is to know level of both dependency of newspaper to source of its supporter (advertisement) and how stringency level of emulation between both newspapers in obtaining source of its supporter (advertisement). Research method applied is Content Analysis method and application with the Niche theory, that is measuring theory how big overlapping a population in obtaining source of its supporter is advertisement. This research based on product type category and advertisement type category. Level of emulation between measurable newspapers applies Niche Theory, with two his concepts is Niche Breadth (Storey relation between a population/mortal with source of their supporter in one communities). Mortal or population called as Specialist, if only draping the life of to one type of source of supporter and told Generalist, if draping the life at having immeasurable type of source of supporter of life. Both concept is Niche Overlap (Shows degree of competition between two population/mortal lives in fights over source of life supporter). From result of research and calculation using formula Levin I, pulled conclusion for Koran Merapi newspaper measures up to Specialist to advertisement category of product that is Clinic, and disposed Generalist to advertisement type category Display, advertisement of column, and advertisement Public Notice. While Harian Meteor newspaper also measures up to Specialist to product category Clinic, and disposed Generalist to advertisement type category Display, advertisement of column, and classified advertisement. For level of its emulation between Koran Merapi newspapers and Harian Meteor newspaper very tightening at product type category Cosmetics and Vacancy. While to categorizing advertisement type happened at advertisement type Display and classified advertisement and runs very tightening.