

**ANALISIS PERBEDAAN PENGGUNAAN ANIMASI PADA
IKLAN KOMERSIAL DI TELEVISI BERDASARKAN
KELOMPOK ACARA, TIPE PROGRAM, KELAS PRODUK
DAN KATEGORI PRODUK**

***ANALYSIS THE DIFFERENCES OF ANIMATION USE IN TELEVISION
COMMERCIAL ADVERTISEMENT BASED ON PROGRAM GROUP,
PROGRAM TYPES, PRODUCT CLASSES AND PRODUCT CATEGORIES***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Univeritas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

ELY PERWITA DEWI

20040410081

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2009

SKRIPSI

**ANALISIS PERBEDAAN PENGGUNAAN ANIMASI PADA
IKLAN KOMERSIAL DI TELEVISI BERDASARKAN
KELOMPOK ACARA, TIPE PROGRAM, KELAS PRODUK
DAN KATEGORI PRODUK**

*ANALYSIS THE DIFFERENCES OF ANIMATION USE IN TELEVISION
COMMERCIAL ADVERTISEMENT BASED ON PROGRAM GROUP,
PROGRAM TYPES, PRODUCT CLASSES AND PRODUCT CATEGORIES*

Diajukan oleh

ELY PERWITA DEWI

20040410081

Telah disetujui oleh :

Pembimbing

Isthofaina Astuty, S.E., M.Si.
NIK: 143 041

Tanggal 4 April 2009

SKRIPSI
ANALISIS PERBEDAAN PENGGUNAAN ANIMASI PADA
IKLAN KOMERSIAL DI TELEVISI BERDASARKAN
KELOMPOK ACARA, TIPE PROGRAM, KELAS PRODUK
DAN KATEGORI PRODUK

*ANALYSIS THE DIFFERENCES OF ANIMATION USE IN TELEVISION
COMMERCIAL ADVERTISEMENT BASED ON PROGRAM GROUP,
PROGRAM TYPES, PRODUCT CLASSES AND PRODUCT CATEGORIES*

Oleh
ELY PERWITA DEWI
20040410081

Skripsi ini telah Diujikan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 22 Juni 2009
Yang terdiri dari

Edi Supriyono, Drs., M.M.
Ketua Tim Penguji

Isthofaina Astuti, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Fajarwati, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ely Perwita Dewi

Nomor Mahasiwa : 20040410081

menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : "**ANALISIS PERBEDAAN PENGGUNAAN ANIMASI PADA IKLAN KOMERSIAL DI TELEVISI BERDASARKAN KELOMPOK ACARA, TIPE PROGRAM, KELAS PRODUK DAN KATEGORI PRODUK**", tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 6 Juni 2009

Ely Perwita Dewi

MOTTO

Tidak ada yang tidak mungkin; selalu ada jalan kemanapun, dan jika kita memiliki keinginan berarti kita memiliki kekayaan, hampir tidak ada alasan untuk mengatakan sesuatu itu mustahil.

Apabila sejak awal kita tau dimana kita berada dan tau pula kemana arah yang akan kita tuju, maka kita dapat memutuskan dengan baik yang seharusnya kita kerjakan serta bagaimana kita harus melakukannya.

(Abraham Linchon)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.

(Al Insyiroh 6-7)

*Ilmu adalah jendela dunia, agama adalah cahaya kehidupan
Ilmu tanpa agama buta, agama tanpa ilmu sesat.*

(Albert Einstein)

Suatu pekerjaan jika dilakukan hanya dengan niat tanpa usaha dan kerja keras tidak akan berhasil

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Seiring dengan perjalanan waktu yang kutempuh yang membawa diriku keujung jembatan masa depan untuk mrncapai kebahagiaan. Walaupun semua tak semudah yang kubayangkan. Cobaan dan rintangan yang kutempuh senakin nyata dan berliku. Hanya bimbingan Allah SWT dan restu orang tuadan dorongan serta semangat yang diberiakn oleh orang yang ada disekelilingku yang selalu mengiringi perjalananku.

Alhamdulillah..... Ya Allah dengan izin dan ridho-Mu skripsi ini kupersembahkan dengan dedikasi dan cinta yang mendalam untuk yang terhormat dan tersayang

- *Ayahanda dan Ibunda Tercinta atas segala dukungan, doa, kepercayaan dan cinta kasih pada ananda.*
- *Keluarga Indramayu, terima kasih atas doa dan perhatiannya.*
- *Kakak-kakakku (Mba Puji, Mba Windy, Mas Dedy, Mas Kamal) atas segala dukungan dan dorongan selama ini.*
- *Jaka Aditia tersayang yang telah memberikan semangat, waktu, kasih sayang, dan cinta selama ini.*
- *Teman-teman (Kang Her, Mba Yuly, Ryan, Uffa, Okta, Mita, dll) makasih doanya ya.*

INTISARI

Perkembangan animasi saat ini makin terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Penggunaan animasi dalam iklan komersial di televisi adalah untuk menghilangkan rasa bosan atau jenuh dari konsumen. Dengan animasi, tampilan iklan direkayasa sedemikian rupa sehingga lebih menarik perhatian pemirsa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan penggunaan animasi pada iklan komersial di televisi berdasarkan kelompok acara, tipe program, kelas produk dan kategori produk. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi/pengamatan di stasiun televisi Global TV dan Trans7. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Chi-Square test.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan penggunaan animasi pada iklan komersial di televisi berdasarkan kelompok acara, dan terdapat perbedaan yang signifikan penggunaan animasi pada iklan komersial di televisi berdasarkan tipe program, kelas produk dan kategori produk.

Kata kunci: iklan animasi, televisi, iklan

ABSTRACT

The development of animation recently is increasing in accordance with the technology advancement. Animation use in television commercial advertisement is to get rid of boredom from consumers. Using animation, the advertisement performances are done in such a way so that they are attracting viewers attention.

The research is aimed at analyzing the differences of animation use in television commercial advertisement based on program group, program types, product classes and product categories. The data collection method was done through observation in Global TV and Trans7 stations. The hypothesis was examined by applying the chi-square test analysis.

The results of the research showed that there is no significant difference of animation use in television commercial advertisement based on program groups, and there is significant difference of animation use in television commercial advertisement based on program types, product classes and product categories.

Keyword : Animation advertisement, Television , Advertisement

KATA PENGANTAR



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Puji syukur kepada Allah SWT. Sholawat serta salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, begitu pula atas keluarga dan sahabatnya. Hanya karena ridho Allah, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul " **ANALISIS PERBEDAAN PENGGUNAAN ANIMASI PADA IKLAN KOMERSIAL DI TELEVISI BERDASARKAN KELOMPOK ACARA, TIPE PROGRAM, KELAS PRODUK DAN KATEGORI PRODUK**". Skripsi ini ditulis dalam upaya melengkapi syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1, dan lebih dari itu sesungguhnya penelitian ini merupakan rangkuman proses pembelajaran yang telah ditempuh selama masa perkuliahan. Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam skripsi ini, akan tetapi walaupun sedikit semoga dapat memberi pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan para pembaca.

Dalam penulisan ini tentunya tidak lepas dari rintangan, suka dan duka. Akan tetapi berkat bantuan dari berbagai pihak, maka segala macam hambatan dapat teratasi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi sekaligus juga telah memberikan bimbingan, saran-saran, dan berbagai kemudahan bagi penyusunan skripsi ini.

2. Ibu Isthofaina Astuty, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak mencurahkan tenaga, pikiran dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, saran-saran, dan berbagai kemudahan yang bermanfaat bagi penyusunan skripsi ini.
3. Ayahanda, Ibunda dan seluruh keluarga besarku, yang selalu memberikan dukungan moril maupun materiil kepada penulis.
4. Seluruh staf pengajar FE Manajemen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan, baik langsung atau tidak langsung yang sangat bermanfaat di masa mendatang.

"Tidak ada gading yang tak retak", demikian pula halnya dengan skripsi ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun guna dijadikan pertimbangan untuk perbaikan skripsi.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya praktisi dalam bidang manajemen.

Amin Ya robbal 'Alamin

Yogyakarta, 6 Juni 2009

(Ely Perwita Dewi)

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	12
1. Media Televisi.....	12
a. Televisi sebagai Media Visual dan Audio.....	12

b. Kekuatan dan Kelemahan Televisi.....	13
2. Periklanan	15
a. Pengertian Iklan.....	15
b. Tujuan Periklanan.....	16
c. Bentuk-bentuk Iklan Televisi.....	17
d. Jenis-jenis Periklanan.....	18
e. Teknik-teknik Visual.....	21
3. Animasi	24
a. Pengertian Animasi.....	24
b. Jenis-jenis Animasi.....	27
c. Prinsip-prinsip Animasi.....	29
4. Iklan Animasi.....	33
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
C. Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	38
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	39
C. Jenis Data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
F. Alat Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Global TV dan Trans7.....	45

B. Deskripsi Data.....	49
C. Analisis Data Dan Uji Hipotesis.....	57
D. Pembahasan.....	61

BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan	66
B. Saran	67
C. Keterbatasan penelitian	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1 Deskripsi Penggunaan Animasi pada Iklan Berdasarkan Stasiun Televisi, Kelompok Acara, Tipe Program, Kelas Produk, dan Kategori Produk.....	49
4.2 Deskripsi Penggunaan Animasi pada Iklan Berdasarkan Kelompok Acara, Tipe Program, Kelas Produk, dan Kategori Produk pada Global TV	52
4.3 Deskripsi Penggunaan Animasi pada Iklan Berdasarkan Kelompok Acara, Tipe Program, Kelas Produk, dan Kategori Produk pada Trans7	55
4.4 Rangkuman Hasil Pengujian Chi Square.....	58

DAFTAR GAMBAR

2.1	<i>Animasi Stop Motion</i> (Wallace dan Bromit.....	27
------------	---	----