

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007

Oleh
AGUS SANTOSO
20030410279



Dijadikan Guna Memenuhi Prasyarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas
Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS IKLAN KOMERSIAL MENGGUNAKAN
ANIMASI BERDASARKAN PERSEPSI PEMIRSA STASION
TELEVISI SWASTA
(STUDI KASUS PADA PRODUK COCA-COLA
VERSI IDUL FITRI 1428 H)

**ANALISIS KUALITAS IKLAN KOMERSIAL MENGGUNAKAN
ANIMASI BERDASARKAN PERSEPSI PEMIRSA STASIUN
TELEVISI SWASTA
(STUDI KASUS PADA PRODUK COCA-COLA
VERSI IDUL FITRI 1428 H)**

Oleh

AGUS SANTOSO

20030410279

Telah disetujui Dosen Pembimbingan

Tanggal 19 Januari 2008

Pembimbing

Drs. H. Asnawi Asdinju, M.si
NIK : 131577593

**ANALISIS KUALITAS IKLAN KOMERSIAL MENGGUNAKAN
ANIMASI BERDASARKAN PERSEPSI PEMIRSA STASIUN
TELEVISI SWASTA
(STUDI KASUS PADA PRODUK COCA-COLA
VERSI IDUL FITRI 1428 H)**

Diajukan oleh

AGUS SANTOSO

20030410279


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 19 Januari 2008

Yang terdiri dari


Dra. Tri Maryanti, MM

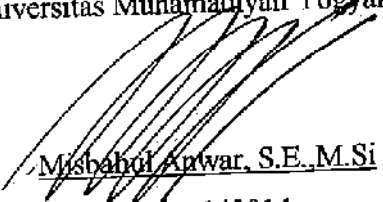
Ketua Tim Penguji


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 : 143014

10/2/2009
10/2/2009

10/2/2009 10:00 AM
10/2/2009 10:00 AM
10/2/2009 10:00 AM
10/2/2009 10:00 AM

10/2/2009 10:00 AM
10/2/2009 10:00 AM

10/2/2009 10:00 AM
10/2/2009 10:00 AM

10/2/2009 10:00 AM
10/2/2009 10:00 AM

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Agus santoso

Nomor mahasiswa : 20030410279

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“ANALISIS KUALITAS IKLAN KOMERSIAL MENGGUNAKAN ANIMASI BERDASARKAN PERSEPSI PEMIRSA STASIUN TELEVISI SWASTA (STUDI KASUS PADA PRODUK COCA-COLA VERSI IDUL FITRI 1428 H)”**

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan 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 diaju dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam sekripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau

MOTTO

**"Hai orang-orang yang beriman! Jauhilah kebanyakan dari prasangka,
sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa"
(QS.49:12)**

*"Seorang muslim aman dari muslim yang lain ; daarnya, hartanya dan
(dilarang) bagi seorang Muslim untuk berfikfir secara negative terhadap
yang lain"
(Tirmidzi, bab 18, Ibnu Majah, hal.174)*

*Kesalahan terbesar dalam hidupku bukanlah apa yang terjadi di
dunia, tetapi kesalahan terbesar ku bila mati masuk neraka.
Maju terus jangan takut salah bila ingin mencapai tingkat
kesuksesan yang tiada batas.*

"Jadi SA LAH LOB LAH DONG LAH... BO LAH DONG"

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi kualitas iklan animasi yang tersiri dari gambar, warna, pesan dan bintang berdasarkan persepsi pemirsa stasiun televisi di Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini diminta untuk mengisi jawaban dari pertanyaan yang diajukan, respondenya adalah orang yang pernah menyaksikan iklan di televisi swasta. Yaitu, Antevision, GlobalTV, Indosiar, RCTI, SCTV, TPI, TRANS7, TRANS, dan MetroTV

Hasil penelitian menunjukkan, iklan dengan animasi berkualitas dilihat dari gambar, warna, pesan, dan bintang iklan berdasarkan persepsi pemirsa. Hasil penelitian ini juga menunjukkan variabel iklan yang paling berkualitas menurut pemirsa televisi. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan kualitas iklan dari variabel yang diteliti.

ABSTRACT

The research investigates how a quality animation commercial they are picture, color, message, and artist the perception basically in program station televisise in yogyakarta. In a respondent research to ask for to answer the question. Respondent is the audience the television private in station television they are : Anteve, GlobalTV, Indosiar, RCTI, SCTV, TPI, TRANS7, TRANS, and MetroTV

The finding of the research, quality commercial animation looking from picture, color, message, and artist basically perception. The finding of the research the qualities variable commercial from audience. The finding of the research deferent quality commercial from variable can research.

4. Ibu Dra. Arni Surwanti, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan masukan dan saran akademik.
5. Anak-anak manajemen "E" yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas kebersamaan selama ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang takretak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTI SARI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumus Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Iklan Televisi.....	9
2. Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN	27

A. Subjek Penelitian	27
B. Teknik Pengambilan Sempel	27
C. Jenis Data	27
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Devinisi Operasional	29
F. Uji Kualitas Data	34
G. Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	36
B. Uji Kevalitan Data	49
C. Hasil Penelitian	57
D. Pembahasan	74
BAB V SIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN... ..	75
A. Simpulan	75
B. Sarari	75
C. Keterbatasan Penelitian	76

DAFTAR TABEL

1.1 Profil Responden	47
1.5 Hasil Analisis Uji Reliabilitas	48
2.1 Hasil Analisis Uji Validitas	52
5.1 Hasil Analisis Uji Diskriminatif	60