

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	20
1. Manfaat Teoretis	20
2. Manfaat Praktis	21
BAB II	22
KERANGKA TEORI	22
2.1 Pengertian Iklan	22
2.2 Unsur – Unsur Iklan	24
2.3 Jenis-jenis Iklan	24
2.4 Syarat Iklan Yang Baik	27
2.4 Gaya Bahasa	28
2.5 Jenis-jenis Gaya Bahasa	30

2.3 Penelitian Terdahulu	46
2.4 Kerangka Berfikir	49
BAB III	50
METODE PENELITIAN	50
3.1 Metode Penelitian	50
3.2 Konseptualisasi	51
3.2.1 Analisis Isi	51
3.2.2 Pengertian Iklan	52
3.2.3 Definisi Objek Penelitian	53
3.3 Kerangka Operasional	53
3.4 Populasi dan Sampel	58
3.5 Sumber Data	59
3.6 Teknik Pengumpulan Data	60
3.7 Teknik Analisis Data	61
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
3.8.1 Uji Validitas	61
3.8.2 Reliabilitas	62
BAB IV	63
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	63
4.1 Profil dan Sejarah AQUA	63
4.2 Perkembangan & Akisisi Oleh Danone	69
4.3 40 Tahun Aqua Bersama Untuk Indonesia	72
BAB V	74
HASIL DAN PEMBAHASAN	74
5.1 Iklan A	74
5.1.1 Unsur – Unsur Iklan Pada Iklan A	74
5.1.1.1 Unsur - Unsur Warna Pada Iklan A	75

5.1.1.2 Unsur Music Pada Iklan A	76
5.1.2 Jenis – Jenis Iklan A.....	78
5.1.3 Syarat Iklan A Yang Baik	79
5.1.4 Gaya Bahasa Pada Iklan A	81
5.2 Iklan B	82
5.2.1 Unsur – Unsur Iklan B	82
5.2.1.1 Unsur - Unsur Warna Pada Iklan B	82
5.2.1.2 Unsur Music Pada Iklan B.....	83
5.2.2 Jenis – Jenis Pada Iklan B	85
5.2.3 Syarat Iklan Yang Baik Pada Iklan B.....	86
5.2.4 Gaya Bahasa Pada Iklan B	87
5.3 Iklan C	88
5.3.1 Unsur – Unsur Iklan Pada Iklan C.....	88
5.3.1 Jenis – Jenis Iklan Pada Iklan C	92
5.3.2 Syarat Iklan Yang Baik Pada Iklan C.....	93
5.3.3 Gaya Bahasa Pada Iklan C	95
5.4 Hasil dan Pembahasan Iklan A B C	96
5.4.1 Unsur – Unsur Iklan	96
5.4.2 Jenis Iklan	100
5.4.3 Syarat Iklan Yang Baik	101
5.4.4 Gaya Bahasa.....	102
BAB VI.....	111
PENUTUP	111
6.1. Kesimpulan	111
6.2.Saran	112
6.2.1 Saran Bagi Teoretis	112
6.2.2 Saran Bagi Praktis	112

DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	115

**Yudhistira Romadhon, 120531100013, 2017, Faculty Of Social And Cultural Sciene,
University Of Trunojoyo Madura, An Analysis Of Advertisement Content Of 40 Years
Of Aqua Together For Indonesia**

ABSTRACT

In the globalization era at this bussiness world continue in a marketing content. The development of business world which is more glow. Makes competition among companies also more thight. Advertisement is one of element which is very important and as one of point of lance in kicking of product markrting succesfully. The objective of this study is to know content of Aqua it self.

The study used method approach of quantitative content analysis. Choosing that method is purposed to analyze more detail what content of 3 special aqua advertisemnd edition of 40 years anniversery aqua together for Indonesia. In this study not use informan, here the writer analyze advertisemnt with coading advertisement each dialoge which is decided every 2 seconds for more detail in analyzingthen analyzed carefully cutting of that dialogues.

The result of this study showed that in an advertisement there are many particulars which advertisemnt not many known by people in this study showed that in an advertisement contain many particular, kinds of advetisemnt, good advertisiment requatment and figurative language from that advertisemnt particular showed that the particular is very influnce to an advertisement to collect consument interest to buy the goods of product.

Keywords :

Advertisement, Aqua advertisement, 40 years Aaqua together for Indonesia, Advertisement particular, Kinds of Advertisement, requirement of good Advertisement andfigurative language

**Yudhistira Romadhon, 120531100013, 2016, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya,
Universitas Trunojoyo Madura, Analisis Isi Iklan 40 Tahun Aqua Bersama Untuk
Indonesia**

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini dunia bisnis berlangsung dalam suatu konteks pemasaran, berkembangnya dunia bisnis yang kini kian marak, membuat persaingan antar perusahaan juga makin ketat. Iklan merupakan salah satu elemen yang sangat penting dan sebagai salah satu dari ujung tombak dalam menunjang keberhasilan pemasaran suatu produk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui isi dari sebuah Aqua itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode Analisis Isi Kuantitatif. Dipilihnya metode tersebut bertujuan untuk menganalisis lebih detail apa saja isi yang terdapat dalam ketiga buah iklan aqua spesial edisi anniversary 40 tahun aqua bersama untuk indonesia. Dalam penelitian ini tidak menggunakan informan disini penulis meneliti iklan dengan cara mengcoading iklan per adegan yang ditentukan per 2 detik untuk lebih mendetail dalam meneliti lalu dianalisis secara seksama potongan adegan adegan tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam sebuah iklan banyak mengandung unsur-unsur yang iklan yang tidak banyak diketahui oleh banyak orang. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dalam sebuah iklan mengandung banyak unsur-unsur dalam sebuah iklan diantaranya unsur iklan, jenis iklan, syarat iklan yang baik dan gaya bahasa. dari unsur-unsur iklan tersebut menunjukkan bahwa unsur tersebut sangat berpengaruh pada sebuah iklan untuk menarik minat konsumen untuk membeli suatu barang atau produk.

Kata kunci:

Iklan, Iklan 40 Tahun Aqua Bersama Untuk Indonesia, unsur iklan, jenis iklan, syarat iklan yang baik dan gaya bahasa

DAFTAR GAMBAR

Gambar Kerangka Pemikiran

Gambar Logo AQUA

Gambar Produk Aqua Mizone pertama

Gambar Produk Aqua Mizone Kedua

Gambar Produk Aqua botol, galon dll

Gambar Produk Aqua botol terbaru

Gambar Potongan Adegan Aqua

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Coading Iklan A.....

Lampiran 2 : Lembar Coading Iklan B.....

Lampiran 3 : Lembar Coading Iklan C.....

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 : Penelitian Terdahulu

Tabel 4.1 : Penghargaan yang diperoleh oleh AQUA

Tabel 5.1 : Iklan A

Tabel 5.1.1 : Unsur – Unsur Iklan Pada Iklan A

Tabel 5.1.1.1 : Unsur - Unsur Warna Pada Iklan A

Tabel 5.1.1.2 : Unsur Music Pada Iklan A

Tabel 5.1.2 : Jenis – Jenis Iklan A

Tabel 5.1.3 : Syarat Iklan A Yang Baik

Tabel 5.1.4 : Gaya Bahasa Pada Iklan A

Tabel 5.2 : Iklan B

Tabel 5.2.1 : Unsur – Unsur Iklan B

Tabel 5.2.1.1 : Unsur - Unsur Warna Pada Iklan B

Tabel 5.2.1.2 : Unsur Music Pada Iklan B

Tabel 5.2.2 : Jenis – Jenis Iklan B

Tabel 5.2.3 : Syarat Iklan B Yang Baik

Tabel 5.2.4 : Gaya Bahasa Pada Iklan B

Tabel 5.3 : Iklan C

Tabel 5.3.1 : Unsur – Unsur Iklan C

Tabel 5.3.1.1 : Unsur - Unsur Warna Pada Iklan C

Tabel 5.3.1.2 : Unsur Music Pada Iklan C

Tabel 5.3.2 : Jenis – Jenis Iklan C

Tabel 5.3.3 : Syarat Iklan C Yang Baik

Tabel 5.3.4 : Gaya Bahasa Pada Iklan C