

ABSTRAK

Banyaknya perguruan tinggi di D.I Yogyakarta menimbulkan persaingan dalam mendapatkan mahasiswa baru. Salah satu cara mendapatkan mahasiswa baru adalah dengan beriklan memanfaatkan momentum seperti pengumuman SBMPTN 2016 di SKH Kedaulatan Rakyat. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh penjelasan mengenai isi pesan kreatif iklan perguruan tinggi yang banyak ditemukan di SKH Kedaulatan Rakyat memanfaatkan momentum pengumuman SBMPTN 2016. Metode yang digunakan untuk mengungkap isi pesan tersebut adalah dengan analisis isi, yaitu teknik penelitian untuk memaparkan isi yang dinyatakan secara objektif, sistematis, dan kuantitatif. Untuk teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan Teori A-T-R (*Awareness, Trial, Reinforcement*). Populasi pada penelitian ini sebanyak 152 iklan perguruan tinggi yang muncul pada tanggal 28 Mei hingga 30 Juli 2016 kemudian untuk sampel penelitian diambil 67 iklan untuk diteliti karena iklan hanya berupa pengulangan dengan konten dan isi yang sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan perguruan tinggi digunakan sebagai sarana penyalur informasi yang dibutuhkan calon mahasiswa baru berkaitan dengan jalur penerimaan dan daftar program studi. Iklan perguruan tinggi berbeda dengan iklan pada umumnya yaitu tidak bersifat persuasif seperti iklan komersil pada umumnya dan tidak termasuk dalam iklan layanan masyarakat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instansi pendidikan memiliki ciri dan gaya tersendiri dalam beriklan. Iklan perguruan tinggi memiliki pesan yang mudah dipahami dan secara keseluruhan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan iklan tersebut. Keseluruhan iklan perguruan tinggi yang ditemukan memiliki keragaman kreatifitas yang mampu memberikan kesadaran terhadap khalayak akan adanya informasi mengenai perguruan tinggi, sehingga mampu memberikan respon positif sesuai dengan yang diharapkan dari sebuah iklan.

Kata kunci: Iklan, perguruan tinggi, SBMPTN 2016, SKH Kedaulatan Rakyat

ABSTRACT

Many universities in D.I Yogyakarta arising competition for new students. how to get new students is to advertise using the momentum of the announcement SBMPTN 2016 on SKH Kedaulatan Rakyat.. This study aimed to get an explanation about the content of creative message from college advertisements which are found in Kedaulatan Rakyat daily mail newspaper by using announcement of SBMPTN 2016's momentum. The metode that researcher use to reveal the message content is content analysis, this technique to exposes the content objectively, systematically, and quantitaively. For this research, the researcher use A-T-R (Awariness, Trial, Reinforcement)'s theory. The population of this research are 152 college advertisements that appear on May 28th 2016 until July 30th 2016 then for sample, 67 advertisements were taken to be examined because they are just repetition with the same content. The unit of analysis of the reasearch are college status, college form, the function of communication advertisements, the type, size, ad headline, sub ad headline, body copy, closer, ilustration, colour, message approach, main message, and advertisements placement. The results show that the advertisement college used as a means of channeling information needed for new students relating to the reception path and the list of courses. Ad different universities with advertising in general is not persuasive as commercial advertising in general and are not included in the public service ads. These results indicate that the educational institution has its own characteristics and style in advertising. College advertisement has message that easy to understand and overall the message suit with the purpose of the advertisement From overall college ads that is found, they have the diversity of creativity that could bring awareness to the public about the information of the college, so that the reader is able to give positive respond based on the advertiser's expectation.

Key word: Advertisement, College, SBMPTN 2016, Kedaulatan Rakyat Daily Mail Newspaper