

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Kerangka Teori	7
1.5.1 Teori A-T-R	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Periklanan	9
2.1.1 Definisi Komunikasi	9

2.1.2 Definisi Periklanan.....	10
2.1.3 Hubungan Komunikasi dan Periklanan.....	11
2.1.4 Fungsi Periklanan.....	12
2.1.5 Tujuan Periklanan	15
2.1.6 Media Periklanan	17
2.2 Media Cetak	19
2.2.1 Surat Kabar	20
2.2.2 Klasifikasi Surat Kabar	20
2.2.3 Jenis Iklan Surat Kabar	22
2.2.4 Anatomi Iklan pada Media Cetak	24
2.3 Perguruan Tinggi.....	32
2.3.1 Pengertian Perguruan Tinggi.....	32
2.3.2 Status Perguruan Tinggi.....	33
2.3.3 Bentuk Perguruan Tinggi	34
2.4 SBMPTN.....	35
2.4.1 Definisi SBMPTN	35
2.4.2 Latar Belakang SBMPTN.....	35
2.4.3 Tujuan SBMPTN.....	37
2.5 Penelitian Sebelumnya	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Sumber Data.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Unit Analisis dan Kategorisasi.....	42
3.6 Teknik Keabsahan Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum SKH Kedaulatan Rakyat	54
4.1.1 Sejarah SKH Kedaulatan Rakyat	54
4.1.2 Visi dan Misi SKH Kedaulatan Rakyat	57
4.1.3 Manajemen SKH Kedaulatan Rakyat	58
4.1.4 Tarif Iklan SKH Kedaulatan Rakyat	60
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Unit Analisis Status Perguruan Tinggi.....	65
4.2.2 Unit Analisis Bentuk Perguruan Tinggi	69
4.2.3 Unit Analisis Fungsi Komunikasi Iklan.....	75
4.2.4 Unit Analisis Jenis Iklan	79
4.2.5 Unit Analisis Ukuran Iklan	82
4.2.6 Unit Analisis Judul Iklan (<i>Ad Headline</i>).....	86
4.2.7 Unit Analisis <i>Sub Ad Headline</i>	93
4.2.8 Unit Analisis Tubuh Iklan (<i>Ad Body Text</i>).....	96
4.2.9 Unit Analisis <i>Closer</i>	100
4.2.10 Unit Analisis Ilustrasi.....	103
4.2.11 Unit Analisis Warna Iklan.....	107
4.2.12 Unit Analisis Pendekatan Penyampaian Pesan	110
4.2.13 Unit Analisis Pesan Utama (<i>Main Message</i>)	114
4.2.14 Unit Analisis Penempatan Iklan.....	119
4.3 Pembahasan.....	124

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran.....	143

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1 Hasil SBMPTN 2016 D.I Yogyakarta	2
Tabel 1.1.2 Jumlah Pembaca Surat Kabar D.I Yogyakarta.....	4
Tabel 3.5.1 Unit Analisis dan Kategori.....	42
Tabel 4.2.1 Populasi Iklan Perguruan Tinggi di SKH Kedaulatan Rakyat	61
Tabel 4.2.1.1 Frekuensi Unit Analisis Status Perguruan Tinggi	65
Tabel 4.2.2.1 Frekuensi Unit Analisis Bentuk Perguruan Tinggi	69
Tabel 4.2.3.1 Frekuensi Unit Analisis Fungsi Komunikasi Iklan	75
Tabel 4.2.4.1 Frekuensi Unit Analisis Jenis Iklan	79
Tabel 4.2.5.1 Frekuensi Unit Analisis Ukuran Iklan	82
Tabel 4.2.6.1 Frekuensi Unit Analisis Judul Iklan (<i>Ad Headline</i>)	86
Tabel 4.2.7.1 Frekuensi Unit Analisis Sub Judul Iklan (<i>Sub Ad Headline</i>).....	93
Tabel 4.2.8.1 Frekuensi Unit Analisis Tubuh Iklan (<i>Ad Body Text/Body Copy</i>)	96
Tabel 4.2.9.1 Frekuensi Unit Analisis <i>Closer</i>	100
Tabel 4.2.10.1 Frekuensi Unit Analisis Ilustrasi.....	103
Tabel 4.2.11.1 Frekuensi Unit Analisis Warna Iklan.....	107
Tabel 4.2.12.1 Frekuensi Unit Analisis Pendekatan Penyampaian Pesan	110
Tabel 4.2.13.1 Frekuensi Unit Analisis Pesan Utama (<i>Main Message</i>).....	114
Tabel 4.2.14.1 Frekuensi Unit Analisis Penempatam Iklan.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Jumlah Perguruan Tinggi di D.I Yogyakarta	1
Gambar 2.1.3.1 Struktur Sistem Komunikasi Periklanan	12
Gambar 4.1.1.1 Logo SKH Kedaulatan Rakyat	56
Gambar 4.2.1.1 Iklan Perguruan Tinggi Negeri.....	66
Gambar 4.2.1.2 Iklan Perguruan Tinggi Swasta	67
Gambar 4.2.2.1 Iklan Perguruan Tinggi Bentuk Universitas.....	70
Gambar 4.2.2.2 Iklan Perguruan Tinggi Bentuk Institut.....	71
Gambar 4.2.2.3 Iklan Perguruan Tinggi Bentuk Sekolah Tinggi	72
Gambar 4.2.2.4 Iklan Perguruan Tinggi Bentuk Politeknik.....	73
Gambar 4.2.2.5 Iklan Perguruan Tinggi Bentuk Akademi	74
Gambar 4.2.3.1 Iklan Perguruan Tinggi Fungsi Informasi	76
Gambar 4.2.3.2 Iklan Perguruan Tinggi Fungsi Persuasi	77
Gambar 4.2.3.3 Iklan Perguruan Tinggi Fungsi Membangun Citra	78
Gambar 4.2.4.1 Iklan Perguruan Tinggi Jenis Display	80
Gambar 4.2.4.2 Iklan Perguruan Tinggi Jenis Kolom	81
Gambar 4.2.5.1 Iklan Perguruan Tinggi Ukuran <100 mm 2 klm.....	83
Gambar 4.2.5.2 Iklan Perguruan Tinggi Ukuran 100 mm 2 klm – 100 mm 3 klm.....	84
Gambar 4.2.5.3 Iklan Perguruan Tinggi Ukuran >100 mm 3 klm.....	85
Gambar 4.2.6.1 Iklan Perguruan Tinggi <i>Benefit Ad Headline</i>	87
Gambar 4.2.6.2 Iklan Perguruan Tinggi <i>News Ad Headline</i>	88
Gambar 4.2.6.3 Iklan Perguruan Tinggi <i>Headline Slogan</i>	89
Gambar 4.2.6.4 Iklan Perguruan Tinggi <i>Command Headline</i>	90
Gambar 4.2.6.5 Iklan Perguruan Tinggi <i>Identification Headline</i>	91
Gambar 4.2.6.6 Iklan Perguruan Tinggi <i>Headline Gambar dan Keterangan</i>	92

Gambar 4.2.7.1 Iklan Perguruan Tinggi Ada <i>Sub Ad Headline</i>	94
Gambar 4.2.7.2 Iklan Perguruan Tinggi Tidak Ada <i>Sub Ad Headline</i>	95
Gambar 4.2.8.1 Iklan Perguruan Tinggi <i>Straight Forward Copy</i>	97
Gambar 4.2.8.2 Iklan Perguruan Tinggi <i>Factual Copy</i>	98
Gambar 4.2.8.3 Iklan Perguruan Tinggi <i>Superlatif Copy</i>	99
Gambar 4.2.9.1 Iklan Perguruan Tinggi Ada <i>Closer</i>	101
Gambar 4.2.9.2 Iklan Perguruan Tinggi Tidak Ada <i>Closer</i>	102
Gambar 4.2.10.1 Iklan Perguruan Tinggi Ilustrasi Gambar Model	104
Gambar 4.2.10.2 Iklan Perguruan Tinggi Ilustrasi Gedung Perguruan Tinggi	104
Gambar 4.2.10.3 Iklan Perguruan Tinggi Ilustrasi Kegiatan Perkuliahan	105
Gambar 4.2.10.4 Iklan Perguruan Tinggi Ilustrasi Kombinasi	106
Gambar 4.2.10.5 Iklan Perguruan Tinggi Ilustrasi Tidak Ada.....	107
Gambar 4.2.11.1 Iklan Perguruan Tinggi Hitam Putih	109
Gambar 4.2.11.2 Iklan Perguruan Tinggi Berwarna	109
Gambar 4.2.12.1 Iklan Perguruan Tinggi <i>Rational Approach</i>	111
Gambar 4.2.12.2 Iklan Perguruan Tinggi <i>Emotional Approach</i>	112
Gambar 4.2.12.3 Iklan Perguruan Tinggi <i>Mix Approach</i>	113
Gambar 4.2.13.1 Iklan Perguruan Tinggi Pesan Utama Daftar Program Studi	115
Gambar 4.2.13.2 Iklan Perguruan Tinggi Pesan Utama Informasi Tanggal Penting. .	117
Gambar 4.2.13.3 Iklan Perguruan Tinggi Pesan Utama Prestasi Perguruan Tinggi ..	118
Gambar 4.2.13.4 Iklan Perguruan Tinggi Pesan Utama Kombinasi	119
Gambar 4.2.14.1 Iklan Perguruan Tinggi Pesan Letak Halaman 1 (Kuping)	120
Gambar 4.2.14.2 Iklan Perguruan Tinggi Pesan Letak Halaman Tengah.....	121
Gambar 4.2.14.3 Iklan Perguruan Tinggi Pesan Letak Halaman Terakhir	122
Gambar 4.2.14.4 Iklan Perguruan Tinggi Pesan Letak Kolom	123