

ANALISIS ISI FOTO IKLAN FASHION DI MAJALAH GOGIRL!

Periode Januari sampai dengan Desember 2011

SKRIPSI



Oleh

NURLAILI SEPTIANINGTIYAS

NIM. 153080294

Diajukan

Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Yogyakarta

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2012

ABSTRAK

Iklan merupakan kunci promosi dan pemasaran. Penting bagi pengiklan atau pemilik produk memperhatikan kemasan iklan, terutama produk untuk wanita lebih spesifiknya bagi produk *fashion* (pelengkap penampilan perempuan). Iklan dapat mencitrakan sebuah produk dan *brand*, untuk siapa produk itu diciptakan, untuk kalangan seperti apa dan dari sana para penggunanya atau konsumen dapat merasa menjadi seperti apa yang dicitrakan. Saat ini pakaian bagi manusia bukan semata-mata sebagai penutup tubuh dari sengatan cuaca, melainkan juga untuk menempatkan citra diri di hadapan orang lain. Pakaian dapat menggambarkan identitas diri si pemakai sehingga orang yang melihatnya menjadi merasa seperti yang dicitrakan oleh pakaian tersebut. Alasan itulah yang mendorong para pemilik produk/brand berlomba-lomba tanpa ragu untuk mengeluarkan uang dalam merencanakan iklan mereka terutama iklan media cetak.

Keberadaan foto dalam sebuah iklan majalah dapat membantu dan mempengaruhi konsumen menentukan keputusan dalam membeli sebuah produk karena majalah menjadi salah satu petunjuk pembelian bagi perempuan. Foto iklan *fashion* membantu calon konsumen untuk mengetahui wujud dari produk yang ditawarkan sehingga calon konsumen dapat membayangkan bagaimana jika mengenakan produk tersebut. Tujuan dari penelitian Analisis Isi Foto Iklan Fashion di Majalah Gogirl! Periode Januari sampai dengan Desember 2011 ini adalah untuk mengetahui seperti para pengiklan mendisplay iklan dengan menggunakan foto sebagai media penyampaian pesan. Penelitian ini ingin mengetahui foto iklan *fashion* yang seperti apa yang digemari para pengiklan dalam menarik perhatian pembaca karena dalam fotografi *fashion* tidak ada batasan dalam membuat sebuah foto *fashion*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis isi deskriptif kuantitatif, berdasar analisis hasil penelitian yang telah dilakukan. Sebagian besar iklan *fashion* yang ada di majalah Gogirl! ini menawarkan produk pakaian, yang menggunakan satu halaman iklan dengan satu buah foto berukuran besar. Pengiklan gemar menggunakan model orang asing yang berkulit putih dan berambut pirang dikombinasikan dengan warna lembut seperti pink, coklat, putih serta warna-warna pastel. Pengambilan foto sejajar dari arah depan membuat produk yang ditawarkan terlihat lebih jelas. Diharapkan dengan foto iklan *fashion* yang menarik, pembaca akan membeli produk tersebut lalu menjadi loyal, hal inilah yang menjadi harapan pengiklan.

Kata kunci : iklan, foto iklan *fashion*, majalah

ABSTRACT

Advertisement plays a key role in promotion and marketing. It is important for advertisers or product owners to pay high attention toward the package of advertisements, especially women products, specifically fashion products (a complement to women's performance). Advertisement can create the image of product and brand, to whom the product is created, to what type of society and through these information that the people or the consumers can feel like how they supposed to. At this time, human sees clothes not simply as something to cover their body from the extreme weather, but also to create their self image in front of others. Clothes can describe the self identity of the people, so then others can see them as what they supposed to be. This reason encourages the owner of products/brands to compete and to spend their money in planning their advertisements, especially printed, text-based advertisements.

The presence of photograph in the printed advertisement namely magazine can help and influence consumers to make decision in buying particular products because magazine is one of the clue or trustable shopping information for women. Fashion photograph advertisement helps the about-to-be-consumers to see what the products offered look so that these consumers can picture themselves wearing or using the products. This research titled *Analyzing the Content of Fashion Photographs Advertisement in Gogirl! Magazine January – December 2011 Edition* aims to collect information on how advertisers displaying their advertisement using photograph as a tool to send a message from the existed fashion advertisement. There are many things considered by the advertisers in planning their work, determining the size of the advertisement space, determining the type of models, deciding the concepts and venue et cetera. There are varieties of photography techniques can be used in taking fashion advertisement pictures, the photo taking process, the particular angel, the tone, the size et cetera. This research intends to find what types of fashion photograph advertisement is preferred by advertisers to attract the readers because there are no limits in fashion photography. The research methods used are analyzing the descriptive qualitative contents, based on the result of previous research, most of the fashion advertisement in *Gogirl! Magazine* offers clothing product through one big size of photograph in one full page. Advertisers like to use foreign models with light skin and blond hair wearing soft colors like pink, brown and pastille colors. The photo is taken with the model look straight ahead makes the offered product can be seen clearly. The advertisers wish that the attractive fashion photograph advertisement can increase the number of buyers along with their loyalty.

Keywords: advertisement, fashion photograph advertisement, magazine