

## ABSTRAK

### ANALISIS ISI IKLAN BARIS OTOMOTIF PADA KORAN TRIBUN JOGJA PERIODE AGUSTUS 2012

Dunia otomotif sekarang mengalami perkembangan yang cukup pesat, setiap hari ribuan bahkan jutaan unit kendaraan bermotor memenuhi jalan. Di samping itu, sekarang ini otomotif seperti mobil bukan lagi sekedar sebagai kebutuhan pelengkap saja, melainkan sudah sebagai suatu kebutuhan utama bagi masyarakat. Produsen otomotif berlomba-lomba dan berusaha mengatur strategi dalam menginformasikan produknya. Pemasangan iklan di koran menjadi salah satu pilihan mereka dalam mengkomunikasikan produknya. Berdasarkan hal tersebut dirumuskan pokok masalahnya yaitu: “Bagaimana isi iklan baris mobil pada Koran Tribun Jogja periode Agustus 2012?”. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) yang pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator terpilih.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa 1) iklan tiga baris lebih dominan dari yang lebih dari tiga baris pada Koran Tribun, karena pihak pengiklan menghemat biaya iklan, sebab perhitungan biaya iklan berdasarkan jumlah baris; 2) Aktivitas terlihat bahwa dominan yang dipakai dalam aktivitas bahasanya adalah BU (Butuh Uang), karena *image* konsumen lebih akrab dengan kata-kata BU dibandingkan kata-kata yang lain seperti Djl Mrh, Djl Cpt dan sebagainya; 3) Analisis tipe/ merek mobil, mobil Toyota menjadi salah satu mobil produksi Jepang yang diminati oleh masyarakat dibandingkan mobil produk Eropa. 4) Analisis warna yang paling banyak ditemukan adalah warna hitam dibandingkan warna-warna yang lain seperti kuning, merah, putih, dan sebagainya; 5) Unit analisis harga dalam iklana pada umumnya di atas harga 40 juta sampai kurang dari 80 juta, meskipun jarak ketiga kategori harga iklan di atas tidak terpaut jauh yakni antara harga > 40 juta dengan dengan > 80 juta sampai < 150 juta; 6) Dari analisis tahun perakitan, lebih banyak yang diiklankan tahun perakitan 1980-1999 dibanding dengan harga tahun 2000-2012; 7) Analisis alamat, dapat diketahui bahwa penyebutan alamat paling sering karena penting; 8) analisis telepon kecenderungan pengiklan mencantumkan nomor teleponnya; dan 9) Menyebutkan dealer lengkap dengan jenis-jenis kendaraannya pada umumnya diiklankan oleh salah satu dealer mobil yang ada di Yogyakarta.

## **ABSTRACT**

### **AUTOMOTIVE CLASSIFIED CONTENT ANALYSIS NEWSPAPER IN THE AUGUST 2012 TRIBUN JOGJA**

*The automotive world is now experiencing fairly rapid growth, every day thousands and even millions of units of motor vehicles meets the road. In addition, today's automobile as the car is no longer just a necessity, but has as a major requirement for the audience. Automakers are competing and trying to set the strategy in mengimpormasikan products. Advertising in newspapers to be one of their choices in communicating products. Based on that formulated the basic issue is: "How can a car ad text in Jogja Tribune newspaper in August 2012 period?. This study uses content analysis (content analysis) which is basically a systematic technique for analyzing message content and message processing or a tool for observing and analyzing the contents of open communication behavior of selected communicators.*

*The results of this research note that: 1) ad three more lines than the more dominant of the three lines in the Tribune newspaper, because the advertisers save advertising costs, advertising costs because the calculation is based on the number of lines; 2) Activity is seen that the dominant language used in the activity is BU (Need Money), because consumers are more familiar with the image of words BU compared to other words such as DJL MRH, DJL Cpt etc.; 3) Analysis of the type / brand of car, Toyota car into one of the cars produced in Japan are much favored by society than European car products. 4) Analysis of the most common colors are black than other colors such as yellow, red, white, and so on; 5) Unit price analysis in iklana generally above the price of 40 million to less than 80 million, although the third distance advertising prices above categories are not far adrift that between price > 40 million with the > 80 million to <150 million; 6) From the analysis of the assembly, which is advertised more in the assembly from 1980 to 1999 compared with prices in 2000-2012; 7) Analysis of the address, it can be seen that the most frequent mention address because important; 8) analyzes the tendency of advertisers to include phone telephone number, and 9) State the complete dealership with the types of vehicles are generally advertised by one of the car dealerships in Yogyakarta.*

*Keywords: Fish Line, car, Tribune Newspapers*