

# ANALISIS IKLAN PADA ACARA ANAK DI SCTV

( STUDI DESKRIPTIF IKLAN- IKLAN YANG DITAYANGKAN PADA ACARA ANAK DI SCTV PERIODE JULI 1996 )

## SKRIPSI

KK  
Fis k. 5/99.  
Klor  
a



MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

OLEH :

Mahayana Wisnu Wardhana

NIM : 079113202

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A

Semester Gasal Tahun. 1997/1998

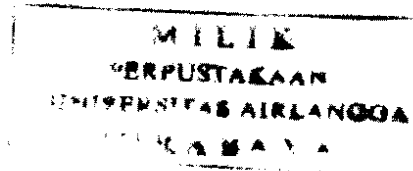
# ANALISIS IKLAN PADA ACARA ANAK DI SCTV

( STUDI DESKRIPTIF IKLAN- IKLAN YANG DITAYANGKAN PADA ACARA ANAK DI SCTV PERIODE JULI 1996 )

## SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

KE  
FIS. K-5/99  
Klar  
a



OLEH :

Mahayana Wisnu Wardhana

NIM : 079113202

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A

Semester Gasal Tahun. 1997/1998

Setuju untuk diujikan  
Surabaya, 30 September 1997  
Dosen Pembimbing

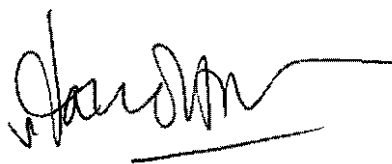
A handwritten signature in black ink, consisting of a long, sweeping horizontal line that curves upwards at the end, followed by a smaller, more intricate signature element.

Drs. Yan Yan Cahyana, MA

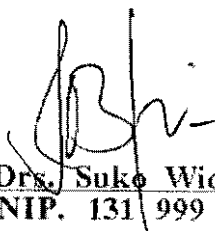
NIP. 131 289 506

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan panitia penguji  
pada tanggal 6 Oktober 1997

Panitia penguji terdiri dari :



Dra. S.S. Andarini, SU  
NIP. 130 873 458



Drs. Suko Widodo  
NIP. 131 999 638



Drs. Yan Yan Cahyana, MA  
NIP. 131 289 506

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dewasa ini menjadikan jarak dan waktu bukan lagi menjadi penghambat. Kemajuan pada bidang ini semakin menumbuhkan kesadaran orang terhadap kebutuhan akan informasi dan hiburan.

Televisi sebagai media audio visual sangat efektif sebagai penyalur informasi dan hiburan. Selain sebagai sarana informasi, khalayak juga sangat membutuhkan adanya suatu hiburan yang menarik untuk dilihat. Hiburan-hiburan itu diantaranya disajikan melalui program tayangan sinetron, musik, bahkan film. Dengan banyaknya saluran-saluran televisi dalam menayangkan program-programnya, maka khalayak tentunya sangat selektif untuk memilih acara sesuai dengan yang diinginkannya. Selain itu televisi mulai mengklasifikasikan program acaranya berdasarkan usia, yaitu usia dewasa, remaja, anak-anak, atau bahkan semua umur.

Disamping itu televisi sebagai sarana alternatif yang cukup efektif dalam menyajikan informasi dan hiburan bagi khalayaknya. Melihat betapa besarnya pengaruh dari siaran televisi terhadap khalayak, membuat banyak produsen untuk memanfaatkan media elektronik ini dalam menjaring konsumen atau pasar. Mereka memanfaatkan peluang tersebut untuk berpromosi melalui iklan yang ditayangkan pada televisi swasta.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui jenis produk yang banyak diiklankan pada acara anak di SCTV, juga untuk mengetahui teknik visual yang dipakai pada iklan acara anak tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi. Populasi penelitian adalah iklan yang ditayangkan pada acara anak di SCTV selama bulan Juli 1996. Sampel penelitiannya adalah total sampel. Unit analisis dalam penelitian ini adalah teknik visual iklan berdasarkan jenis produk. Landasan teori yang dipakai adalah Komunikasi Massa, Media massa, Iklan anak, dan Iklan berdasarkan teknik visual.

Hasil dari penelitian ini adalah jenis produk yang paling banyak ditayangkan selama bulan Juli 1996 adalah Beverage sebanyak 18 nama iklan. Sedangkan jenis produk lainnya yang muncul, yaitu Foods sebanyak 12 nama iklan, dan Candies sebanyak 9 nama iklan. Untuk teknik visual yang dipakai berdasarkan jenis produk diatas, paling banyak menggunakan teknik visual Combination, yaitu penggabungan dari teknik-teknik visual yang ada. Yaitu penggabungan antara teknik visual *Animasi* dan *Story Line*, *Animasi* dan *Close-ups*, *Close-ups* dan *Vignettes and Situations*.