



ANALISIS ISI IKLAN KARTU SELULER CDMA ESIA DALAM BENTUK IKLAN CETAK PADA TAHUN 2007-2013

Oleh:

Nama: **Monica Angelia**

NIM: **66090073**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Marketing Communication



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MEI 2013

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

**ANALISIS ISI IKLAN KARTU SELULER CDMA ESIA DALAM BENTUK IKLAN
CETAK PADA TAHUN 2007-2013**

Diajukan Oleh

Nama : Monica Angelia

NIM : 66090073

Jakarta, 1 Mei 2013

Disetujui Oleh :

Pembimbing


(Imam Nuraryo, S.Sos., MA)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MEI 2013

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Monica Angelia/ 66090073/ 2013/ Analisis Isi Iklan Kartu Seluler CDMA Esia dalam bentuk iklan cetak pada tahun 2007-2013/ Pembimbing : Imam Nuraryo, S.Sos., MA (Comms).

Teknologi komunikasi merupakan segala hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses atau mentransfer suatu data dari perangkat yang satu ke perangkat yang lainnya. Oleh karena itu, teknologi komunikasi adalah suatu padanan yang tidak terpisahkan yang mengandung pengertian luas tentang segala kegiatan yang berkaitan dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, dan transfer atau pemindahan informasi antar media. Produk kartu seluler Esia menerapkan berbagai macam strategi dalam berpromosi di setiap layanannya untuk menghasilkan iklan yang menarik sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat sampai kepada konsumen dengan efektif.

Permasalahan dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis isi atau *content analysis*. Metode analisis isi sebagai bentuk kegiatan membaca, menonton dan mendengar pesan dari media dalam skala yang luas dengan melakukan perhitungan terhadap hal yang ditangkap dari media tersebut. Analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Hal tersebut dianalisis melalui pendekatan iklan unit analisis isi yaitu melalui variabel harga, kekuatan sinyal, jaringan, dan teknologi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menganalisis isi dari iklan provider CDMA Esia yang sudah ada dan beredar pada media cetak. Iklan tersebut dikumpulkan menurut berbagai versinya kemudian dianalisis melalui proses *coding* yaitu mengkategorikan data dimana terdapat *coder* yang bertugas menganalisis data yang ada.

Hasil penelitian iklan kartu seluler CDMA Esia ini menunjukkan adanya hubungan erat dalam setiap penampilan iklan esia yang berhubungan dengan variabel penelitian analisis isi yaitu yang terkait dengan harga, kekuatan sinyal, jaringan dan teknologi. Namun di dalam setiap penampilan iklannya terdapat salah satu variabel yang lebih dominan dibandingkan dengan variabel pendekatan iklan lainnya.

Kesimpulan penelitian iklan kartu seluler CDMA Esia ini menunjukkan hasil uji melalui Pearson menunjukkan koefisien korelasi 0,46 yang menyatakan hubungan antara variabel harga dan kekuatan sinyal adalah yang tertinggi diantara pendekatan variabel pendekatan iklan yang lain. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa di dalam menampilkan setiap iklan, Esia lebih mengutamakan penampilan promosi dengan harga yang murah dan juga kekuatan sinyal yang kuat. Kedua hal ini yang menjadi nilai jual yang melekat pada *brand* Esia sehingga menciptakan *image* kartu seluler CDMA termurah yang memiliki sinyal kuat di benak masyarakat.

© Hak cipta milik DIKIK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Di syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan berkat-Nya yang sungguh luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini sehingga setelah berusaha semaksimal mungkin, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Isi Kartu Seluler CDMA Esia dalam bentuk iklan cetak pada tahun 2007-2013”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata-1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Marketing Communication* Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan dorongan serta semangat dalam skripsi ini, yakni kepada :

Bapak Imam Nuraryo, S.Sos., MA (Comms). selaku dosen pembimbing yang telah sangat banyak membimbing dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Bapak Deavvy Johassan, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu dan memberi semangat selama perkuliahan di Kwik Kian Gie School of Bussines.

Semua dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie School of Bussines yang telah berjasa memberikan banyak sekla ilmu pengetahuan selama perkuliahan.

Orang tua tercinta, terima kasih banyak untuk dukungan moril maupun matreiihnya juga semangat dan dorongan serta cinta yang begitu luar biasa.

5. Semua teman-teman semasa perkuliahan.

6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih banyak semuanya.

Inilah hasil yang dapat penulis berikan berdasarkan bahan dan penelitian langsung di lapangan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penulis sangat berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membacanya sebagai bahan informasi dan penambah pengetahuan mengenai iklan dan keefektifitasannya.

Penulis juga ingin mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan kata atau penulisan yang tidak disengaja dalam pembuatan skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sebuah kesempurnaan oleh sebab itu penulis mohon kritik dan saran dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini guna memperbaiki dan menyempurnakan pada pembuatan skripsi atau laporan penelitian lainnya. Akhir kata penulis mengucapkan selamat membaca, sekian dan terima kasih.

Jakarta, 1 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Identifikasi Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	7
A. Kajian Pustaka	7
B. Kerangka Konsep	22
C. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Objek Penelitian	25
B. Metode Penelitian	25

Hak cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





C. Variabel Penelitian	26
D. Jenis Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Pengambilan Sampel	28
G. Teknik Analisis Data	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	32
B. Analisis dan Pembahasan	34
C. Hasil Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

1.	Tabel 2.1	Operasionalisasi Variabel	26
	Tabel 2.2	Pilihan Populasi dan Sampel	29
	Tabel 4.1	Keberimbangan analisis isi : objektif oleh dua <i>coder</i>	45
	Tabel 4.1.1	Karakteristik Analisis Isi : Objektif oleh <i>coder</i> pertama	86
	Tabel 4.1.2	Karakteristik Analisis Isi : Objektif oleh <i>coder</i> kedua	87
	Tabel 4.2	Uji Validitas Antar <i>Coder</i> Berdasarkan Validitas Konkuren/ Kecocokan (Concurrent Validity)	45
	Tabel 4.3	Reliabilitas Antar <i>Coder</i> Berdasarkan Formula Cohen (<i>Cohen Kappa</i>) : Persetujuan Yang Diamati	48
	Tabel 4.3.1	Reliabilitas Antar <i>Coder</i> Berdasarkan Formula Cohen (<i>Cohen Kappa</i>) : Persetujuan Yang Diharapkan	49
	Tabel 4.3.2	Koefisien Korelasi	50
	Tabel 4.4	Pilihan Populasi dan Sampel	51
	Tabel 4.5	Unit Fisik oleh <i>coder</i> pertama	53
	Tabel 4.5.1	Unit Fisik oleh <i>coder</i> kedua	53
	Tabel 4.5.2	Keberimbangan Analisis Unit Fisik oleh Kedua <i>Coder</i>	54
	Tabel 4.5.3	Unit Fisik yang Ditunjukkan Melalui Jumlah Kata	54
	Tabel 4.5.4	Unit Fisik yang Ditunjukkan Melalui Jumlah Model	56
	Tabel 4.5.5	Unit Fisik yang Ditunjukkan Melalui Jumlah Warna	57
	Tabel 4.5.6	Unit Fisik yang Ditunjukkan Melalui Jumlah Angka	58
	Tabel 4.5.7	Unit Fisik yang Ditunjukkan Melalui Jumlah <i>Clip Art</i>	60
	Tabel 4.5.8	Unit Fisik yang Ditunjukkan Melalui Jumlah Logo Esia	61
	Tabel 4.6	Unit Sintaksis oleh <i>coder</i> pertama	62

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.6.1 Unit Sintaksis oleh <i>coder</i> kedua	63
Tabel 4.7.1 Unit Referensial oleh <i>coder</i> pertama	65
Tabel 4.7.2 Unit Referensial oleh <i>coder</i> kedua	66
Tabel 4.7.2 Unit Referensial Berdasarkan Kosakata Kategori Bonus	67
Tabel 4.7.3 Unit Referensial Berdasarkan Kosakata Kategori Tarif	68
Tabel 4.7.4 Unit Referensial Berdasarkan Kosakata Kategori Provider	69
Tabel 4.7.5 Unit Referensial Berdasarkan Kosakata Kategori Durasi	70
Tabel 4.7.6 Unit Referensial Berdasarkan Kosakata Kategori Jaringan	71
Tabel 4.7.7 Unit Referensial Berdasarkan Kosakata Kategori Fasilitas	71
Tabel 4.7.8 Unit Referensial Berdasarkan Kosakata Kategori Esia	72
Tabel 4.8.1 Pengujian Hipotesis Pendekatan Harga dan Teknologi	74
Tabel 4.9.1 Pengujian Hipotesis Pendekatan Harga dan Jaringan	75
Tabel 4.10.1 Pengujian Hipotesis Pendekatan Harga dan Kekuatan Sinyal	76
Tabel 4.11.1 Pengujian Hipotesis Pendekatan Teknologi dan Jaringan	77
Tabel 4.12.1 Pengujian Hipotesis Pendekatan Teknologi dan Kekuatan Sinyal	78
Tabel 4.13.1 Pengujian Hipotesis Pendekatan Jaringan dan Kekuatan Sinyal	79

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

	Gambar 4.1 Model Agenda Setting	19
	Gambar 4.2 Kerangka Konsep	22
	Gambar 4.1 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Untung pada bulan Agustus tahun 2007.	34
	Gambar 4.2 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Talktime Termurah pada bulan November 2007.	34
	Gambar 4.3 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Ngasi Duit pada bulan Januari 2008.	35
	Gambar 4.4 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Termurah pada bulan April 2008 yang diakses melalui surat kabar Kompas.	35
	Gambar 4.5 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Termurah pada bulan April 2008.	36
	Gambar 4.6 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Murah Setiap Hari pada bulan November 2008.	36
	Gambar 4.6 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Suka-Suka pada bulan Oktober 2009.	37
	Gambar 4.7 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Pasti Lebih Untung pada bulan November 2009.	37
	Gambar 4.8 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi BISPAK (Bisa Pakai Tarif Manapun) pada bulan Maret 2010.	38
	Gambar 4.9 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi SEPUASNYAAAAA pada bulan April 2010	38
	Gambar 4.10 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi GANAS (Gratis Nelpon Nasional) pada bulan Agustus 2010.	39
	Gambar 4.11 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi 3 in 1 <i>event</i> Ramadhan tepatnya pada bulan September 2010.	39
	Gambar 4.12 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi AdeRai sebagai endorser dalam iklan Telepon Putus Kami Ganti pada bulan April 2011	40
	Gambar 4.13 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Hai-5 pada bulan Juni 2011	40





Gambar 4.14 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Hidayah pada bulan Juli 2011	41
Gambar 4.15 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi World Call pada bulan Agustus 2011.	41
Gambar 4.16 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Satu Rupiah pada bulan Oktober 2012.	42
Gambar 4.17 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi 4 in 1 pada bulan September 2012.	42
Gambar 4.18 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi 3 Pilihan Dahsyat dari Esia pada tahun 2013.	43
Gambar 4.19 Iklan kartu seluler CDMA Esia versi Blackberry MAX-D pada tahun 2013.	43