

**KAJIAN RAGAM STRATEGI KOMUNIKASI
VERBAL DAN VISUAL ADVERTORIAL PADA
MAJALAH PEREMPUAN DI INDONESIA**

TAHUN 2010-2012

PENGKAJIAN



Oleh:

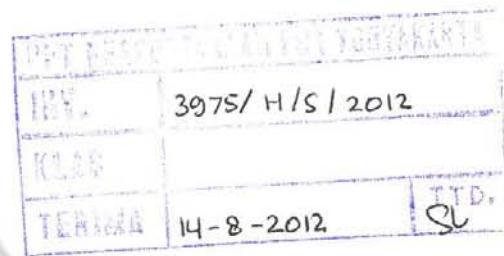
Pratiwi Utami

071 1598 024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012**

**KAJIAN RAGAM STRATEGI KOMUNIKASI
VERBAL DAN VISUAL ADVERTORIAL PADA
MAJALAH PEREMPUAN DI INDONESIA
TAHUN 2010-2012**

PENGKAJIAN



Oleh:
Pratiwi Utami



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012**

**KAJIAN RAGAM STRATEGI KOMUNIKASI
VERBAL DAN VISUAL ADVERTORIAL PADA
MAJALAH PEREMPUAN DI INDONESIA
TAHUN 2010-2012**



**Pratiwi Utami
NIM: 071 1598 024**

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang Desain Komunikasi Visual

2012

Tugas Akhir Skripsi berjudul:

“KAJIAN RAGAM STRATEGI KOMUNIKASI VERBAL DAN VISUAL ADVERTORIAL PADA MAJALAH PEREMPUAN DI INDONESIA TAHUN 2010-2012” di ajukan oleh Pratiwi Utami, NIM 0711598024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 27 Juli 2012

Pembimbing I

Hesti Rahayu, S.Sn, M.A
NIP. 19740730 199802 2 001

Pembimbing II

Fx. Widyatmoko, M.Sn
NIP. 19750710 200501 1 001

Cognate

Drs. Prayanto W.H, M.Sn
NIP. 19630211 199903 1 001

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain

Drs. Lasiman, M. Sn
NIP. 19570513 198803 1 001



何でも楽しんでやる事を心がける。
渡邊 敬市

(Berusaha menikmati segala sesuatu yang dilakukan)
Watanabe Keiichi



*Karya ini aku persembahkan kepada
Eyang, Papa, Mama, Wak dan Adik-adikku...
Terimakasih atas segala sesuatunya sayang...*

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pratiwi Utami
Tempat, tanggal Lahir : Palembang, 5 Oktober 1989
Alamat : Jalan H. Faqih Usman RT.049 RW.005 1 Ulu Seberang Ulu 1 Palembang
No. Identitas KTP : 1671014510890009

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang berjudul:

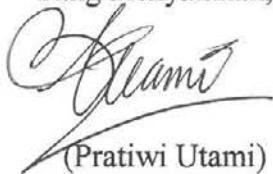
“Kajian Ragam Strategi Komunikasi Verbal dan Visual Advertorial pada Majalah Perempuan di Indonesia Tahun 2010-2012”

adalah karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian, dalam bentuk jurnal, *working paper*, atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Karya ilmiah ini sepenuhnya adalah karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya menyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 27 Juli 2012

Yang menyatakan,



(Pratiwi Utami)

Kata Pengantar

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Pemelihara seluruh alam raya, yang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Ucapan terimakasih yang tak akan pernah bisa cukup, juga penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang telah memberikan jalan terang, pegangan dan hembusan semangat dalam proses penulisan tugas akhir ini, antara lain kepada:

1. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn, M.A selaku pembimbing I atas dorongan semangat, diskusi, dan bimbingannya yang tak kenal lelah dalam penulisan tugas akhir ini.
2. Bapak Fx. Widyatmoko, M.Sn, selaku pembimbing II atas dorongan semangat, diskusi, dan bimbingannya yang tak kenal lelah dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Drs. Lasiman, M.Sn selaku Ketua Jurusan Desain, Pembina Tugas Akhir Tahun 2012 atas bimbingan serta arahannya.
4. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual dan selaku Pembina Tugas Akhir Tahun 2012 atas bimbingan serta arahannya.
5. Bapak Arif Agung S, M.Sn selaku dosen wali atas sumbangsih saran, masukan serta bimbingannya selama ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta atas bimbingan, pengalaman dan ilmunya selama ini, serta atas dedikasinya dalam kemajuan dan perkembangan dunia DKV di Indonesia.
7. Kepada kelurgaku Eyang, Papa, Mama, Wak dan Adik-adik tercinta yang telah memberikan semangat, bantuan dan pengertian serta doa yang selalu kalian panjatkan.
8. Keiichi niichan yang selalu memberikan semangat dan menghibur hari-hariku dengan pesan-pesannya.
9. Tiwi, Bridh, Nian, Sekar, Fuad, Annas atas obrolan, semangat dan dukungan kalian dikala galau.

10. Sahabat-sahabat seperjuangan Sapoelidi DKV 2007 dan teman-teman diskom angkatan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih untuk masa mengenal, berteman, berbagi cerita, berbagi pengalaman serta kebersamaan dalam menimba ilmu di DKV ISI Yogyakarta.
11. Majalah Femina, Majalah Kartini dan Majalah Chic yang bukan hanya sebagai media penelitiaku tapi juga telah memberikan ilmu-ilmu dan hiburan lewat artikel-artikelnya.
12. *Geronimo FM, facebook.com, twitter.com, Yomiurishinbun.co.jp, Mozilla, Microsoft Word 2003, PhotoScape, InkScape, Line dan whatsapp* atas kesediaan menemani, fasilitas dan hiburannya.
13. Motorku, laptopku, kipas anginku, radioku, handphoneku, tab-ku, scannerku, printerku, flashdiskku dan kasurku yang telah menemani dan memperlancar segala urusannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Semua kerabat, akademisi, seniman, guru, saudara, tetangga, teman, penulis, *blogger* dan semua yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan inspirasi dan semangat dalam berkarya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwasannya tugas akhir penulisan ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, baik kritik maupun saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depannya. Akhir kata, semoga tugas akhir penulisan ini mampu memberikan manfaat bagi dunia DKV pada khususnya, dan masyarakat luas pada umumnya. Salam desain.

Yogyakarta,
Penulis

ABSTRAK

Nama :Pratiwi Utami

Judul :Kajian Ragam Strategi Komunikasi Verbal dan Visual Advertorial pada Majalah Perempuan di Indonesia Tahun 2010-2012

Penelitian “*Kajian Ragam Strategi Komunikasi Verbal dan Visual Advertorial pada Majalah Perempuan di Indonesia Tahun 2010-2012*” ini berusaha mengetahui keragaman strategi komunikasi yang terdapat dalam advertorial. Berdasarkan pengamatan, keberadaan advertorial seakan mudah diterima oleh pembaca dibanding iklan *display*, iklan kolom, maupun iklan baris. Selain itu dari hasil pengamatan ditemukan beranekaragam bentuk dan kategori pada advertorial. Masing-masing advertorial memiliki ciri dan bentuk yang berbeda-beda. Sehingga dalam hal inilah kiranya perlu dilakukan sebuah penelitian yang meneliti lebih jauh tentang ragam strategi komunikasi advertorial di beberapa majalah perempuan yang terbit di Indonesia.

Untuk mengetahui keragaman strategi pada advertorial maka teori yang digunakan dalam analisis ini adalah teori analisis wacana didukung pengetahuan semiotika visual, analisis *layout* dan analisis isi. Teori dan pengetahuan pendukung tersebut digunakan sebagai alat meneliti strategi komunikasi verbal dan visual yang terdapat pada advertorial.

Melalui analisis data dan deskripsi hasil penelitian ini akhirnya diketahui bahwa terdapat berbagai macam strategi yang ada pada advertorial. Strategi-strategi tersebut dapat berupa strategi pada wacana yang dibawakan, strategi visual dengan menggunakan unsur-unsur visual tertentu, strategi *layout* dengan pen-*displayan* teks, dan visual serta strategi penekanan dengan menggunakan unsur verbal dan visual.

Kata kunci: Advertorial, Verbal, Visual

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii

BAB I. PENDAHULUAN.....	1
--------------------------------	----------

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Penelitian.....	5
G. Definisi Operasional	5
H. Sistematika Penulisan	6

BAB II. TINJAUAN DESKRIPSI KONSEPTUAL	8
--	----------

A. Tinjauan Pustaka.....	8
B. Tinjauan tentang Majalah.....	11
1. Pengertian Majalah	12
2. Sekilas Majalah di Dunia.....	13
3. Sekilas Majalah di Indonesia.....	14
4. Fungsi Majalah	16
5. Jenis-Jenis Majalah.....	17

6. Karakteristik Majalah	19
C. Tinjauan tentang Advertorial	23
1. Pengertian Advertorial.....	23
2. Sekilas Sejarah Advertorial	30
3. Aturan dalam Advertorial	31
4. Jenis-Jenis dan Sifat Advertorial	35
5. Fungsi dan Tujuan Advertorial.....	40
6. Anatomi Advertorial.....	41
D. Tinjauan Komunikasi.....	46
1. Pengertian Komunikasi.....	46
2. Media Komunikasi.....	48
3. Tahapan Komunikasi.....	50
E. Tinjauan Verbal.....	52
F. Tinjauan Visual.....	54
1. Fungsi Visual dalam Iklan.....	54
2. Visualisasi Produk dalam Iklan	60
G. Tinjauan Analisis Wacana	62
1. Struktur Makro.....	63
2. Superstruktur.....	64
3. Struktur Mikro	64
H. Tinjauan <i>Copywriting</i>	68
1. Pengertian <i>Copywriting</i>	68
2. Tujuan <i>Copywriting</i>	69
3. Gaya dan Jenis Kata.....	70
4. <i>Pyramid Copywriting</i>	72
I. Tinjauan tentang Semiotika.....	73
1. Pengertian Semiotika.....	73
2. Teori Semiotika.....	74
J. Tinjauan Layout	76
1. Elemen Teks	76
2. Elemen Visual.....	82

3. Prinsip <i>Layout</i>	84
K. Tinjauan Analisis Isi	86
 BAB III. METODE PENELITIAN.....	 89
A. Jenis Penelitian.....	89
B. Populasi dan Sample	90
1. Populasi.....	90
2. Sampel	100
C. Prosedur Penelitian.....	111
1. Metode Pengumpulan Data.....	111
2. Metode Pengolahan Data.....	112
3. Instrumen Penelitian.....	112
4. Metode Analisis	112
 BAB IV. ANALISIS.....	 115
A. Kategorisasi Advertorial	115
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	128
1. Analisis Advertorial Baygon	128
2. Analisis Advertorial Lux	137
3. Analisis Advertorial Sensodyne.....	145
4. Analisis Advertorial Jotun	154
5. Analisis Advertorial <i>Event</i>	166
6. Analisis Advertorial Absolute Feminine Hygiene.....	178
7. Analisis Advertorial Revlon Renewist LipColor.....	189
8. Analisis Advertorial Axis	197
C. Rangkuman	206
 BAB V. PENUTUP	 217
A. Kesimpulan	217
B. Saran.....	219

DAFTAR PUSTAKA.....	221
LAMPIRAN	224



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Majalah "Pantja Raja" tahun 1947 dan 1946	15
Gambar 2 Majalah "Djojobojo" tahun 1950 dan	16
Gambar 3 Majalah mingguan "Tempo",.....	17
Gambar 4 Majalah "Mode" dan majalah "Elle".....	18
Gambar 5 Majalah "Femina" dan majalah "Kartini"	19
Gambar 6 Majalah "Cita Cinta" dan majalah "Chic"	19
Gambar 7 Majalah "Tempo" Edisi 8- 14 Maret 2010.....	20
Gambar 8 Majalah "Concept" Volume 4 Edisi 22 2008.....	21
Gambar 9 Majalah "Concept" Vol 5 Edisi 27 2009	21
Gambar 10 Majalah "Aulia" No 9 Maret 2012.....	22
Gambar 11 Majalah "Rolling Stone" dan majalah "V Magazine"	22
Gambar 12 Majalah "Time",.....	23
Gambar 13 Contoh kode penulisan dari staf redaksi yang berinisial.....	32
Gambar 14 Contoh Kode penulisan staf redaksi berinisial dengan menggunakan bahan (data) yang diperoleh sendiri, ditambah dari sumber kantor...33	
Gambar 15 Contoh kode penulisan staf atau wartawan yang namanya hanya diketahui oleh kalangan intern redaksi	33
Gambar 16 Contoh kode penulisan berita yang berasal dari <i>press release</i>	34
Gambar 17 Contoh kode penulisan advertorial	35
Gambar 18 Contoh Inforial	36
Gambar 19 Advertorial yang tidak mencantumkan kode atau advertorial yang tersamar.....	40
Gambar 20 Advertorial yang tidak mencantumkan kode atau advertorial yang tersamar.....	40
Gambar 21 Struktur Piramida Terbalik.....	44
Gambar 22 Struktur Piramida	45
Gambar 23 Struktur Kronologis.....	45
Gambar 24 Posisi sentral pesan dalam komunikasi.....	47
Gambar 25 Contoh visual sebagai representasi produk.....	55
Gambar 26 Contoh visual yang dapat menterjemahkan kata-kata,.....	55
Gambar 27 Contoh visual yang dapat menggambarkan realitas (dokumentasi)....56	
Gambar 28 Contoh visual yang dapat menggambarkan kesan mode(ren)	56
Gambar 29 Contoh visual sebagai daya tarik	57
Gambar 30 Contoh visual sebagai peraga (instruksional)	58
Gambar 31 Contoh visual sebagai pengguna riil	59
Gambar 32 Contoh visual sebagai citra pengguna produk	59
Gambar 33 Contoh visual sebagai ornamen	60
Gambar 34 Contoh ikon.....	75
Gambar 35 Contoh indeks	75
Gambar 36 Contoh simbol	76
Gambar 37 Majalah Femina No. 16 XXXVIII 24-30 April 2010	93
Gambar 38 Beberapa contoh advertorial pada majalah Femina No. 16 XXXVIII 24-30 April 2010	93

Gambar 39 Majalah Femina No. 06/XXXIX 12-18 februari 2011	94
Gambar 40 Beberapa contoh advertorial pada majalah Femina No. 06/XXXIX 12-18 februari	94
Gambar 41 Majalah Femina No. 07/XXXIX 19-25 Febuari 2011	95
Gambar 42 Beberapa contoh advertorial pada majalah Femina No. 07/XXXIX 19- 25 Februari 2011	95
Gambar 43 Majalah Kartini No. 2305 22 September-6 Oktober 2011.....	96
Gambar 44 Beberapa contoh advertorial	96
Gambar 45 Majalah Kartini No.2316 23 Febuari- 8 Maret 2012	97
Gambar 46 Beberapa contoh advertorial	97
Gambar 47 Majalah Chic 25 Agustus-8 September 2010	98
Gambar 48 Beberapa contoh advertorial	98
Gambar 49 Majalah Chic No. 73 6-20 Oktober 2010.....	99
Gambar 50 Beberapa contoh advertorial	99
Gambar 51 Advertorial produk Baygon	102
Gambar 52 Advertorial produk Lux	103
Gambar 53 Advertorial produk Sensodyne.....	104
Gambar 54 Advertorial produk Jotun	105
Gambar 55 Advertorial <i>event</i>	107
Gambar 56 Advertorial Absolute Feminine Hygiene	108
Gambar 57 Advertorial Revlon Renewist LipColor	109
Gambar 58 Advertorial Axis.....	110
Gambar 59 Contoh advertorial deskripsi produk.....	115
Gambar 60 Comntoh advertorial <i>question & answer</i>	116
Gambar 61 Contoh advertorial mitos dan fakta.....	116
Gambar 62 Contoh advertorial tutorial.....	117
Gambar 63 Contoh advertorial testimoni.....	118
Gambar 64 Contoh advertorial artis.....	119
Gambar 65 Contoh advertorial data statsitik	119
Gambar 66 Contoh advertorial acara & lomba.....	120
Gambar 67 Contoh advertorial sponsor & hadiah	120
Gambar 68 Contoh advertorial <i>event</i>	121
Gambar 69 Contoh advertorial wacana.....	122
Gambar 70 Contoh advertorial ilmu pengetahuan.....	122
Gambar 71 Contoh advertorial <i>tips</i>	123
Gambar 72 Contoh advertorial pelengkap	124
Gambar 73 Contoh advertorial kesamaan/ <i>unity</i>	125
Gambar 74 Contoh advertorial ulasan lengkap.....	125
Gambar 75 Contoh advertorial hiasan	126
Gambar 76 Contoh advertorial campuran.....	126
Gambar 77 Advertorial produk Baygon	128
Gambar 78 Skematika advertorial Baygon	130
Gambar 79 Contoh kertas memo	132
Gambar 80 <i>Layout</i> advertorial Baygon.....	133
Gambar 81 Fase pertumbuhan anak.....	134
Gambar 82 Contoh buku anak-anak	135

Gambar 83 Logo “Sahabat Lelapku”	135
Gambar 84 Advertorial produk Lux	137
Gambar 85 Skematika advertorial Lux	140
Gambar 86 Produk Lux	141
Gambar 87 Bingkai pada advertorial Lux	142
Gambar 88 Contoh bingkai foto atau lukisan	142
Gambar 89 <i>Layout</i> pada artikel Nota kecantikan	143
Gambar 90 <i>Headline</i> advertorial Lux	144
Gambar 91 Advertorial produk Sensodyne	145
Gambar 92 Skematika advertorial Sensodyne	147
Gambar 93 Foto Karlina, Dyah, Nana dan Monic	150
Gambar 94 Hadiah berupa <i>voucher</i> dan <i>merchandise</i>	151
Gambar 95 <i>Layout</i> advertorial Sensodyne	152
Gambar 96 Judul, subjudul, <i>bodycopy</i> dan logo Sensodyne	153
Gambar 97 Advertorial produk Jotun	154
Gambar 98 Beberapa contoh keluarga	159
Gambar 99 Beberapa contoh ruang utama keluarga	160
Gambar 100 Anak laki-laki dan bayi	162
Gambar 101 Pohon pada avertorial dan beberapa contoh lingkungan alami	163
Gambar 102 Tampilan advertorial jika dilihat dua halaman penuh	164
Gambar 103 Advertorial <i>Event</i>	166
Gambar 104 Skematika advertorial <i>event</i>	168
Gambar 105 <i>Layout</i> advertorial <i>event</i>	171
Gambar 106 Gamabr gerai Mie Sedaap	172
Gambar 107 Foto gerai produk Bimoli	172
Gambar 108 Foto gerai dan acara gema produk Natural Honey	173
Gambar 109 Foto gerai produk L’Oreal Paris dan iklan display produk L’Oreal Paris	173
Gambar 110 Foto suasana games Nu Green Tea dan produk Nuu Green Tea	174
Gambar 111 Foto suasana fashion show Sophie Paris dan katalog produk Sophie Paris	174
Gambar 112 Box pada foto susana <i>Sunday Market Shoesholic</i>	175
Gambar 113 Nuansa warna pada advertorial dan logo Sophie Paris	176
Gambar 114 Advertorial produk Absolute Feminine Hygiene	178
Gambar 115 Skematika advertorial Absolute	180
Gambar 116 Foto perempuan di sisi kiri	183
Gambar 117 Foto perempuan di sisi kanan	183
Gambar 118 <i>Layout</i> advertorial Absolute	185
Gambar 119 Gambar box pada advertorial	186
Gambar 120 Foto pakaian, bunga <i>Chamomile</i> dan produk Absolute	186
Gambar 121 Advertorial produk Revlon Renewist LipColor	189
Gambar 122 Skematika advertorial Revlon	191
Gambar 123 Beberapa contoh model yang digunakan dalam majalah Chic	193
Gambar 124 <i>Layout</i> advertorial Revlon	194
Gambar 125 Bibir model dan lipstik Revlon	195
Gambar 126 Beberapa contoh kertas	196

Gambar 127 Advertorial produk Axis	197
Gambar 128 Skematika advertorial Axis.....	199
Gambar 129 Logo Axis.....	201
Gambar 130 Foto batu bata yang dipakai pada bangunan rumah.....	203
Gambar 131 Logo Axis dan visualisasi pada advertorial	203
Gambar 132 <i>Layout</i> advertorial Axis.....	204
Gambar 133 Logo Axis dan visualisasi pada advertorial	205
Gambar 134 Contoh visual sebagai citra pengguna produk	209
Gambar 135 Contoh <i>sticky memo</i> atau kertas memo yang terdapat pada beberapa advertorial	210
Gambar 136 Contoh visual yang memberikan efek emosi atau dekat dengan pembaca	213
Gambar 137 Contoh box yang terdapat pada advertorial	213
Gambar 138 Beberapa contoh penggunaan tipografi pada advertorial.....	214
Gambar 139 Contoh retoris pada advetorial <i>event</i>	214
Gambar 140 Visual advertorial Axis dengan logo Axis	215
Gambar 141 Verbal advertorial Sensodyne dengan logo Sensodyne	215
Gambar 142 Contoh.....	215
Gambar 143 Contoh penekanan verbal dan visual yang bertolak belakang	216

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabulasi majalah dan populasi advertorial	91
Tabel 2 Tabulasi pada kategori advertorial.....	127
Tabel 3 Tabulasi analisis isi pada advertorial Baygon.....	136
Tabel 4 Tabulasi analisis isi pada advertorial Lux.....	144
Tabel 5 Tabulasi analisis isi pada advertorial Sensodyne.....	153
Tabel 6 Tabulasi analisis isi pada advertorial Jotun	165
Tabel 7 Tabulasi analisis isi pada advertorial <i>Event</i>	176
Tabel 8 Tabulasi analisis isi pada advertorial Absolute.....	187
Tabel 9 Tabulasi analisis isi pada advertorial Revlon Renewist LipColor	196
Tabel 10 Tabulasi analisis isi pada advertorial Axis	205

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini majalah tetap merupakan salah satu sumber informasi bagi khalayak. Majalah mampu menjadi sumber berita maupun referensi gaya hidup. Di masa lalu penyajian majalah dapat dikatakan “terbatas” karena dicetak sewarna (hitam putih). Saat ini majalah dapat tampil lebih menarik, dicetak berwarna (*full color*). Di samping itu saat ini majalah didesain dengan lebih banyak menggunakan foto dan ilustrasi serta *layout* yang beragam.¹

Jenis majalah pun kian bertambah seiring perkembangan zaman. Berbagai jenis majalah dapat dikenali lewat isinya, antara lain majalah yang khusus membahas film, majalah desain, majalah tentang *game*, majalah kecantikan, majalah komputer, dan lain-lain. Pengategorian disertai penyajian jenis majalah tersebut menyebabkan seorang pembaca dapat dengan mudah memilih majalah mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Di antara sekian majalah yang ada majalah perempuan termasuk *genre* majalah yang hingga kini tetap terbit. Beberapa di antaranya antara lain *Femina*, *Kartini*, dan *Chic*.

Salah satu kelebihan dari majalah perempuan adalah terdapat berbagai macam informasi di dalamnya. Bukan hanya sekedar informasi mengenai kecantikan ataupun busana tetapi terdapat juga informasi-informasi seperti kesehatan, masakan, wisata, psikologi, hingga bisnis. Berdasarkan pengamatan, tidak sedikit dari artikel memuat tentang produk atau jasa yang memiliki hubungan dengan informasi yang diberikan. Di dalam majalah perempuan tak hanya memuat informasi-informasi namun juga iklan-iklan yang berusaha menarik *target audience*. Menurut Surianto Rustan terdapat media massa cetak, khususnya majalah, yang sebagian besar isinya adalah

¹ Pengertian majalah di sini yaitu majalah cetak



iklan, belum termasuk artikel-artikel yang sebenarnya mengarah pada penjualan produk-produk tertentu (iklan berbentuk artikel) seperti majalah kecantikan atau majalah properti. Majalah memang dikenal sebagai media iklan.²

Salah satu jenis iklan yang dipelajari dalam desain komunikasi visual adalah iklan *display*. Iklan *display* adalah iklan yang memiliki ukuran lebih luas dibanding iklan kolom. Karena memiliki ukuran yang lebih luas maka dalam iklan ini mampu mendisplay (memperlihatkan) ilustrasi berupa gambar-gambar baik foto maupun grafis dalam ukuran yang lebih besar, disamping pesan berbentuk verbal tertulis.³ Selain iklan *display* terdapat juga beberapa jenis iklan lain di antaranya iklan kolom, iklan baris, dan advertorial.⁴ Iklan baris adalah iklan yang menampilkan iklan pesan yang ditulis dalam wujud per baris, dimana pembayaran dilakukan secara per baris pula. Iklan kolom adalah iklan yang memiliki lebar satu kolom, namun lebih tinggi dibanding iklan baris. Iklan advertorial adalah iklan yang mempunyai ukuran yang luas sebagaimana ukuran iklan *display* hanya saja teknik penyampaian pesan lebih diarahkan pada bentuk seperti sebuah berita, dengan naskah yang panjang (*copy heavy*).⁵

Dilihat dari pengertiannya iklan advertorial dan iklan *display* memiliki porsi lebih dibandingkan jenis iklan yang lain. Keduanya memiliki unsur verbal dan unsur visual. Namun yang membedakan keduanya yaitu pada ciri utama dari advertorial yang berbentuk artikel sehingga mempermudah pembaca dalam membedakan mana iklan *display* dan mana advertorial. Bentuk artikel inilah yang merupakan salah satu kelebihan advertorial karena saat pembaca membaca advertorial terkadang si pembaca tak menyadari bahwa yang dibacanya adalah sebuah iklan. Melihat pendekatannya yang

² Surianto Rustan, *Layout Dasar dan Penerapannya*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), pp. 129.

³ Rendra Widyatama, *Pengantar Periklanan*, (Yogyakarta : Pustaka Book Publisher, 2007), pp. 85.

⁴ Ibid, pp. 80-86

⁵ Ibid, pp. 84

secara halus serta mudah masuk ke dalam pikiran pembaca inilah yang menjadikan advertorial penting untuk dikaji lebih lanjut. Apa lagi dengan adanya campur tangan pihak media cetak yang memproduksi advertorial tersebut semakin membuat pembaca percaya terhadap apa yang mereka baca mengingat media itu sendiri (artikel) merupakan sumber informasi. Selain itu dari hasil pengamatan ditemukan beranekaragam bentuk dan kategori pada advertorial. Masing-masing advertorial memiliki ciri dan bentuk yang berbeda-beda. Sehingga dalam hal inilah kiranya perlu dilakukan sebuah penelitian yang meneliti lebih jauh tentang ragam strategi advertorial.

Advertorial bukan sebatas ruang lingkup bidang komunikasi, tetapi menyangkut bagaimana mendesain iklan yang berbentuk artikel. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti advertorial pada majalah perempuan, terutama pada soal strategi komunikasi.

B. Identifikasi Masalah

1. Berdasarkan pengamatan, keberadaan advertorial seakan mudah diterima oleh pembaca dibanding iklan *display*, iklan kolom, maupun iklan baris. Selain itu dari hasil pengamatan ditemukan beranekaragam bentuk dan kategori pada advertorial. Masing-masing advertorial memiliki ciri dan bentuk yang berbeda-beda. Sehingga dalam hal inilah kiranya perlu dilakukan sebuah penelitian yang meneliti lebih jauh tentang ragam strategi komunikasi advertorial di beberapa majalah perempuan yang terbit di Indonesia.
2. Desain komunikasi visual cenderung memandang iklan sebatas bentuk visual. Iklan jenis advertorial menempatkan unsur verbal dan visual yang disajikan dalam bentuk artikel guna mengefektifkan pesan dari iklan tersebut. Di sini perlu dikaji strategi komunikasi advertorial baik pada unsur verbal maupun visualnya.

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini membatasi meneliti advertorial yang terdapat pada majalah perempuan yang terbit di Indonesia tahun 2010-2012 yaitu majalah *Femina*, *Kartini* dan *Chic*.
2. Masa terbit majalah berkisar antara tahun 2010 hingga penelitian ini berlangsung (2012). Masa terbit 2010 hingga 2012 dipilih dengan alasan guna mendapatkan kebaruan topik yang diteliti dalam penelitian.
3. Berkaitan dengan lingkup analisis masalah, penelitian ini hanya sebatas pada analisis untuk mencari keragaman strategi komunikasi verbal dan visual yang terdapat pada advertorial. Di dalam penelitian ini tidak sampai menyentuh pada *level* bagaimana pengaruh dari strategi komunikasi verbal dan visual yang ada pada advertorial.
4. Dalam pengamatan awal penelitian ditemui juga artikel yang menyerupai advertorial meskipun tidak terdapat kode atau tanda yang dicantumkan. Artikel seperti ini disebut dengan “*hidden advertising*” atau “iklan tersembunyi”.⁶ Dalam rangka membandingkan strategi-strategi komunikasi iklan berbentuk artikel maka dalam penelitian ini juga meneliti beberapa iklan tersebut.

D. Rumusan Masalah

Ragam strategi komunikasi (verbal dan visual) apa saja yang terdapat pada advertorial di majalah perempuan yang terbit di Indonesia tahun 2010-2012?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ragam strategi komunikasi (verbal dan visual) advertorial di majalah perempuan yang terbit di Indonesia tahun 2010-2012.

⁶ Rachmat Kriyantono, S.Sos., M.Si., *Public Relations Writing*, (Jakarta: Kencana Predana Media Group), pp.52

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Mahasiswa

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi mahasiswa yang menekuni bidang periklanan maupun bagi mahasiswa yang membutuhkan data yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

2. Manfaat bagi Lembaga

Diharapkan digunakan sebagai data yang dapat menambah dan membantu kemajuan pengetahuan lembaga.

G. Definisi Operasional

Berikut merupakan penjelasan istilah yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menghindari berbagai macam penafsiran.

a. Majalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Elektronik majalah adalah terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui pembaca, dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan, dan sebagainya dan menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, perempuan, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu, dan sebagainya. Sedangkan menurut Ensiklopedi Nasional Indonesia majalah adalah suatu penerbitan berkala yang menyajikan liputan jurnalistik dan artikel berisi informasi dan opini yang membahas berbagai aspek kehidupan. Majalah di dalam penelitian ini adalah majalah dalam bentuk cetak bukan dalam bentuk digital seperti PDF.

b. Verbal

Verbal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah verbal dalam pengertian verbal tulisan yang ada pada advertorial. Tulisan dalam penelitian ini merupakan wacana yang tertulis dalam advertorial.

c. Visual

Visual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah visual dalam pengertian dapat dilihat oleh mata yang berupa gambar 2D seperti ilustrasi, grafik dan fotografi. Dalam hal ini logo, logotype, dan logogram dapat dimasukkan sebagai visual dalam penelitian ini.

d. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah strategi yang dilakukan agar tujuan yang dimaksud dapat tersampaikan oleh penerima. Dalam penelitian ini strategi komunikasi yang dimaksud adalah mengenai strategi komunikasi yang dilihat secara verbal dan visual.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika ini dibuat dengan tujuan untuk mempermudah membaca dan memahami rangkaian keseluruhan bagian skripsi ini.

Bab I yaitu berisi tentang pendahuluan berisi tentang kerangka penulisan yang menjadi acuan dalam penelitian ini. Bab I terdiri dari Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional dan Sistematika Penulisan.

Bab II berisi tentang Tinjauan Deskripsi Konseptual yang terdiri dari Tinjauan Pustaka dan Tinjauan Teori yang mencangkup tentang pengertian dan penjabaran teori, antara lain terdiri dari Tinjauan tentang Majalah, Tinjauan tentang Advertorial, Tinjauan Komunikasi, Tinjauan Verbal, Tinjauan Visual, Tinjauan Analisis Wacana, Tinjauan *Copywriting*, Tinjauan tentang semiotika, Tinjauan *Layout* dan Tinjauan Analisis Isi.

Bab III berisi tentang Metode Penelitian, dalam hal ini merupakan bab yang berisi tentang metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini, antara lain terdiri dari pengertian Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, dan Prosedur Penelitian.

Bab IV merupakan Analisis yaitu berisi tentang hasil analisis yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini, antara lain terdiri dari penemuan Kategorisasi Advertorial, Deskripsi Hasil Penelitian dan Rangkuman.

Bab V merupakan bab Penutup yaitu bagian penutup dalam penulisan ini yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

