

ABSTRAK

Vincensius Shandy H., 2006, Pengaruh Periklanan di Surat Kabar Terhadap Pendapatan Bruto di PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (*Bandoengsche Melk Centrale*), di bawah bimbingan Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Periklanan di surat kabar yang dilakukan oleh PT. Agronesia divisi makanan dan minuman (*Bandoengsche Melk Centrale-BMC*) terdapat empat unsur pokok, yaitu: judul iklan, tubuh iklan, penawaran dan logo. Dari penelitian diketahui besarnya korelasi Pearson antara periklanan di surat kabar dengan pendapatan adalah 0,601. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 36.12%, yang berarti bahwa pengaruh periklanan di surat kabar terhadap pendapatan bruto sebesar 36.12%, dan sisanya sebesar 63.88% berarti bahwa pendapatan bruto dipengaruhi oleh variabel – variabel lain. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode Deskriptif dan Verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian korelasional dan kausalitas. Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu para pelanggan restoran BMC. BMC merupakan salah satu restoran dan tempat penjualan susu yang terletak di Bandung, tepatnya di jalan Aceh. Untuk dapat memenangkan persaingan dan memperoleh pasar, maka diperlukan kegiatan pemasaran, yang salah satu diantaranya yaitu pelaksanaan periklanan di surat kabar. Periklanan merupakan kegiatan komunikasi dari pengiklan kepada masyarakat yang tujuannya untuk menyampaikan pesan, informasi dan menarik minat masyarakat.

Kata Kunci: Pelaksanaan Periklanan di Surat Kabar, Metode penelitian, Pendapatan Bruto, Pengaruh Periklanan di Surat Kabar Terhadap Pendapatan Bruto.

ABSTRACT

Vincensius Shandy H., 2006, The Influence of Advertising on Newspaper to Earning Before Tax At PT. Agronesia Food and Beverage Division (*Bandoengsche Melk Centrale*), under the supervision of Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

PT. Agronesia Food and Beverage Division (*Bandoengsche Melk Centrale-BMC*) newspaper advertisement is evaluated from four aspects, namely: advertisement title, advertisement body, the promises offer, and logo. It is known from the research that the amounts of Pearson's correlation between the newspaper advertising implementation with the earning before tax are 0.601. The determination of coefficient momentum is 36.12%, which means that the influences from newspaper advertising to earning before tax up to 36.12%, and the remaining 63.88% earning before tax are influenced by other variables. The research methods used in the writing of this thesis are Descriptive and Verificative method, whereas, the types of this research are correlation and causality. The analysis unit for this research is individual unit, which are the customers from BMC restaurant. BMC is one of the restaurant and milk in Bandung, at jalan Aceh. To be able to win the competition as well as winning the market, the marketing activity is really needed; one of which is the implementation of the advertising on newspaper. Advertising is communication activities from the advertiser to peoples which have purposes to give messages, information, and to attract peoples.

Keywords: The Implementation of Advertising on Newspaper, Research Methods, Earning Before Tax, The Influence of Advertising on Newspaper Implementation to Earning Before Tax

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.	1
1.2. Identifikasi Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka	16
2.1.1. Periklanan	16
2.1.1.1. Keputusan-Keputusan Dalam Periklanan.....	19
2.1.1.1.1. Misi Periklanan (Mission).....	20
2.1.1.1.2. Anggaran Periklanan (Money).....	23
2.1.1.1.3. Pesan Periklanan (Message).....	24
2.1.1.1.4. Media Periklanan (Media)	26
2.1.1.1.5. Evaluasi Periklanan (Evaluation).....	30
2.1.2. Periklanan di Surat Kabar	33
2.1.2.1. Menulis Iklan di Surat Kabar	40
2.1.2.1.1. Judul	40
2.1.2.1.2. Tubuh Iklan	42
2.1.2.1.3. Logo atau Tanda Pengiklan.....	44
2.1.2.1.4. Jenis, Ketebalan, dan Ukuran Huruf .	45
2.1.2.2. Daftar Periksa Iklan Surat Kabar	48
2.1.3. Pendapatan Bruto	49
2.1.4. Pengaruh Periklanan di Surat Kabar Terhadap Pendapatan Bruto	51
2.2. Kerangka Pemikiran	52
2.3. Hipotesis	53
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	54
3.2. Metode Penelitian Yang Digunakan	54
3.2.1. Definisi Operasional Variabel.....	55
3.2.2. Metode Penarikan Sampel.....	58
3.3. Tehnik Pengumpulan Data.....	59

3.4.	Analisis Data	60
------	---------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	65
4.1.1.	Sejarah Perusahaan.....	65
4.1.2.	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	68
4.2.	Pembahasan	88
4.2.1.	Profil Pelanggan.....	89
4.2.2.	Pelaksanaan Periklanan di Surat Kabar.....	92
4.2.3.	Pendapatan Bruto Bandoengsche Melk Centrale.....	103
4.2.4.	Pengaruh Periklanan di Surat Kabar Terhadap Pendapatan Bruto di BMC	103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	106
5.2.	Saran	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan pendapatan bruto tahun 2001-2005	2
Tabel 1.2	Daftar menu BMC	4
Tabel 1.3	Biaya promosi BMC	11
Tabel 2.1	Profil jenis-jenis media utama	28
Tabel 2.2	Contoh efektivitas periklanan	31
Tabel 2.3	Tarif iklan surat kabar di Bandung 2006	37
Tabel 2.4	Daftar periksa iklan surat kabar	49
Tabel 3.1	Definisi operasional variabel	57
Tabel 4.1	Data responden berdasarkan jenis kelamin	89
Tabel 4.2	Data responden berdasarkan usia	90
Tabel 4.3	Data responden berdasarkan status	90
Tabel 4.4	Data responden berdasarkan jenis pekerjaan	91
Tabel 4.5	Data responden berdasarkan pengalaman melihat iklan BMC di surat kabar	91
Tabel 4.6	Judul iklan BMC di surat kabar menarik perhatian	92
Tabel 4.7	Judul iklan BMC di surat kabar dapat menarik pembacanya untuk membaca bagian tubuh iklan	93
Tabel 4.8	Judul iklan BMC di surat kabar dapat mengingatkan pembacanya akan keberadaan restoran BMC	94
Tabel 4.9	Iklan BMC di surat kabar mengandung informasi yang dapat menyampaikan pesan tentang restoran BMC	95
Tabel 4.10	Iklan BMC di surat kabar mengandung informasi yang menggambarkan restoran BMC	95
Tabel 4.11	Iklan BMC di surat kabar mengandung informasi yang dapat menceritakan restoran BMC	96
Tabel 4.12	Iklan BMC di surat kabar memberikan penawaran yang menarik yang dapat menarik pelanggan	97
Tabel 4.13	Iklan BMC di surat kabar memberikan informasi mengenai nama, lokasi, dan nomor telephone restoran BMC	98
Tabel 4.14	Jenis huruf yang digunakan pada iklan BMC di surat kabar menarik dan mudah di baca	99
Tabel 4.15	Ukuran huruf yang digunakan pada iklan BMC di surat kabar mudah untuk dibaca	99
Tabel 4.16	Ketebalan huruf yang digunakan pada iklan surat kabar BMC sesuai dengan format iklan secara keseluruhan	100
Tabel 4.17	Ukuran iklan BMC di surat kabar memiliki ukuran yang cocok jika di bandingkan dengan ukuran iklan lainnya	101
Tabel 4.18	Letak iklan BMC di surat kabar mudah di baca	101
Tabel 4.19	Iklan BMC di surat kabar menarik minat pelanggan untuk mengunjungi restoran BMC	102
Tabel 4.20	Laporan pendapatan Bruto tahun 2001-2005	103
Tabel 5.1	Laporan pendapatan Bruto tahun 2001-2005	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Contoh iklan BMC di surat kabar	12
Gambar 2.1	Contoh iklan BMC	19
Gambar 2.2	Lima M dalam periklanan	20
Gambar 2.3	Contoh naskah iklan surat kabar (tanpa logo)	42
Gambar 2.4	Contoh naskah iklan surat kabar	44
Gambar 2.5	Paradigma pengaruh periklanan di surat kabar terhadap pendapatan bruto di PT. AGRONESIA divisi industri makanan dan minuman (BMC)	53
Gambar 4.1	Struktur organisasi	68
Gambar 4.2	Hasil statistic dengan menggunakan SPSS	104