

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Teks dan Visual dalam Iklan Cetak (Analisis Isi Teknik Penyajian Teks dan Visual Iklan Cetak Peraih *Gold* pada Penghargaan Bulanan dalam Forum Digital *Ads of The World* Periode September 2012 Sampai April 2014)”. Penelitian ini memilih iklan cetak karena merupakan salah satu dari jenis media iklan yang paling populer dan mudah diadaptasi oleh para kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh penjelasan mengenai bagaimana penyajian teks dan visual iklan cetak peraih *Gold* kompetisi iklan bulanan pada sebuah situs forum periklanan *Ads of The World*. Metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah tersebut adalah dengan analisis isi kualitatif, yaitu teknik penelitian untuk memaparkan isi yang dinyatakan secara objektif dan sistematis. Objek penelitian ini adalah tiga puluh karya media cetak peraih *Gold* dalam penghargaan bulanan *Ads of The World* kategori iklan cetak pada bulan September 2012 hingga April 2014. Adapun kategori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sinkronisasi visual, teknik penyajian ilustrasi, daya tarik teks, gaya dalam penyampaian teks iklan, pengaruh visual iklan dan sinkronisasi teks. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasar teknik penyajian ilustrasi yang mendominasi adalah dengan animasi yang memungkinkan pengiklan untuk dapat lebih mengembangkan imajinasinya, lalu mengandung unsur daya tarik humor dimana humor dijadikan sebagai *stopping power* dalam menarik perhatian audiens. Diharapkan melalui penelitian ini maka para insane kreatif dapat melihat bagaimana penyajian iklan yang banyak disukai oleh audiens secara universal agar iklan tersebut menjadi iklan yang bisa membantu tercapainya *goal* dari tujuan iklan itu dibuat.

ABSTRACT

This study entitled "Text and Visual in Advertising Print (Content Analysis Techniques and Visual Presentation Text Ad Print Winning the Gold Award of the Month in the Digital Forum Ads of the World Period September 2012 until April 2014)". This study chose print advertising because it is one of the types of advertising media the most popular and easily adapted by the creative. This study aims to obtain an explanation of how the visual presentation of text and print ads Gold medalist monthly advertising competition on a forum site advertising Ads of the World. The method used to answer the problem formulation is the qualitative content analysis, namely research techniques to explain the contents of the stated objective and systematic. The object of this study is thirty works of print media in the award-winning monthly Gold Ads of the World category of print ads in September 2012 to April 2014. The categories used in this study is the visual synchronization, presentation techniques of illustration, the appeal of the text, in the style delivery of ad text, visual effect and the synchronization of text ads. The results showed that the technique based on the presentation of illustrations that dominates is the animation that allows advertisers to better develop his imagination, and it contains elements which appeal humor humor serve as stopping power in attracting the attention of audiens. Diharapkan through this research, the creative insane can see how ad serving that many universally liked by the audience that these ads into ad that could help achieve the goal of advertising purpose it was made.