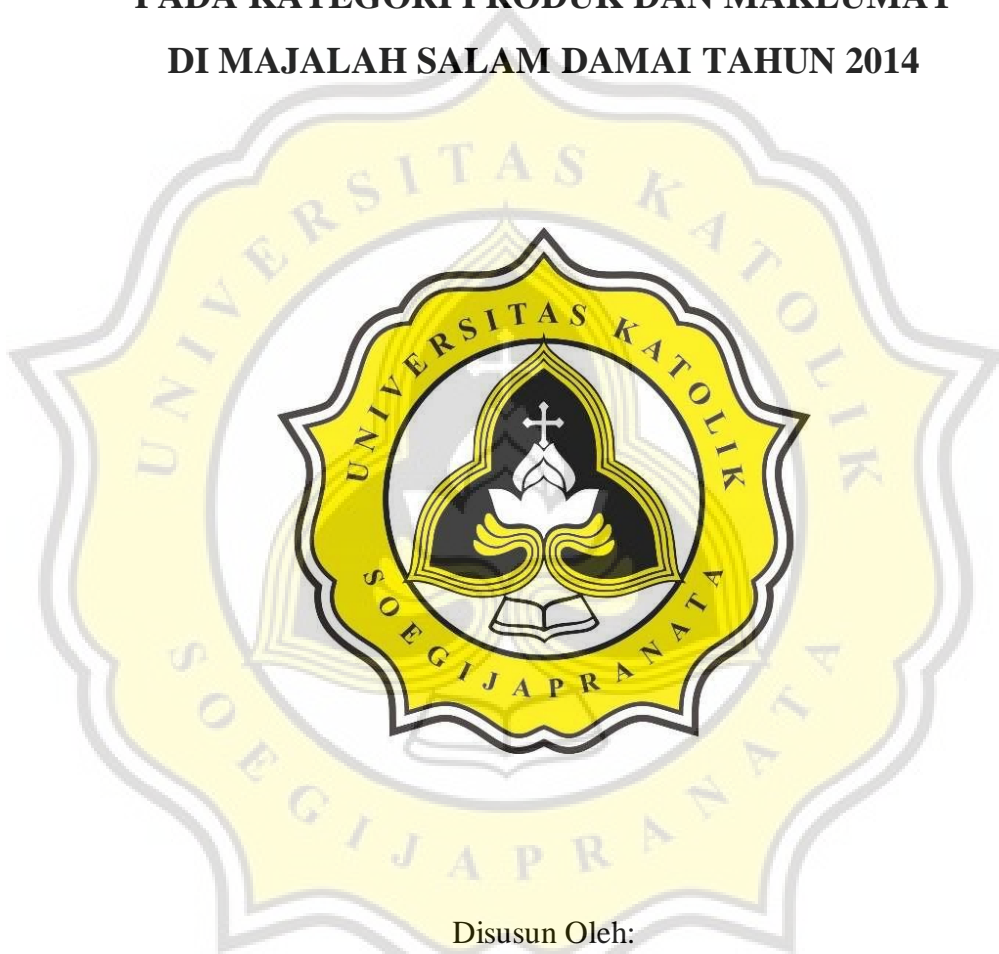


SKRIPSI
ANATOMI *COPYWRITING* DAN
PRINSIP PERSUASI PERIKLANAN
PADA KATEGORI PRODUK DAN MAKLUMAT
DI MAJALAH SALAM DAMAI TAHUN 2014



Disusun Oleh:
VEREZA MILDA
19.M1.0014

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2023

**ANATOMI *COPYWRITING* DAN
PRINSIP PERSUASI PERIKLANAN
PADA KATEGORI PRODUK DAN MAKLUMAT
DI MAJALAH SALAM DAMAI TAHUN 2014**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
VEREZA MILDA
19.M1.0014

Dosen Pembimbing:
Drs. Andreas Pandiangan, M.Si.
B. Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

Anatomi *Copywriting* dan Prinsip Persuasi Periklanan Pada Kategori Produk dan Maklumat di Majalah Salam Damai

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang undangan yang berlaku.

Semarang, Mei 2023



Vereza Milda

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**ANATOMI *COPYWRITING* DAN PRINSIP PERSUASI PERIKLAMAN
PADA KATEGORI PRODUK DAN MAKLUMAT
DI MAJALAH SALAM DAMAI**


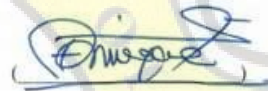
Disusun oleh :

Nama : Vereza Milda
NIM : 19.M1.0014

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 4 Mei 2023

Dosen Penguji :

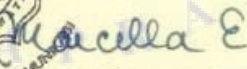
- 1 Drs. Andreas Pandiangan, M.Si.
- 2 B. Lenny Setyowati, S.S., M.I. Kom
- 3 Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I. Kom



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana Strata I Ilmu Komunikasi



pada tanggal :
5 Mei 2023



(Dr. Marcello Ewina Simanjuntak, SH., Cn., M.Hum)
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vereza Milda
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi (Tugas Akhir)

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul *Anatomi Copywriting Periklanan Pada Kategori Produk dan Maklumat di Majalah Salam Damai*. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, Mei 2023



Vereza Milda

HALAMAN PERSETUJUAN
ANATOMI *COPYWRITING* DAN
PRINSIP PERSUASI PERIKLANAN
PADA KATEGORI PRODUK DAN MAKLUMAT
DI MAJALAH SALAM DAMAI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun oleh:

VEREZA MILDA

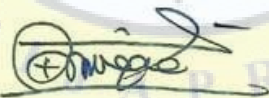
19.MI.0014

Semarang, 5 Mei 2023

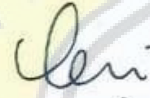
Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua



Drs. Andreas Pandiangan, M.Si.



B. Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom

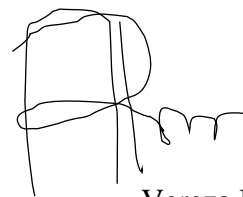
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Anatomi *Copywriting* dan Prinsip Persuasi Periklanan Pada Kategori Produk dan Maklumat di Majalah Salam Damai” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata. Dalam proses pembuatan laporan skripsi ini, penulis mendapat banyak sekali bantuan dalam bentuk bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak- pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan laporan skripsi ini, antara lain kepada:

1. Diri saya sendiri yang telah berjuang menuntaskan apa yang telah dimulai.
2. Drs. Andreas Pandiangan, M.Si. sebagai dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, memberikan tenaga, pikiran serta dukungan untuk membantu penulis dalam pembuatan skripsi.
3. B. Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, memberikan tenaga, pikiran serta dukungan untuk membantu penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Rotumiari Pasaribu, S.S.,M.I.Kom. sebagai dosen penguji telah bersedia mengoreksi dan mengevaluasi serta memberikan saran sehingga penulisan dan pembahasan skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Ibu dan Bapak yang selalu mendoakan dan memberi dorongan semangat atas kasih sayang, doa dan didikan baik yang selalu diberikan sehingga penulis dapat termotivasi dalam pengerjaan skripsi.
6. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang memberikan semangat, bantuan, saran dan motivasi kepada peneliti selama mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi teman-teman mahasiswa dan pembaca sekaligus menambah pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi.

Semarang, Mei 2023



Vereza Milda

ABSTRAK

Vereza Milda
Universitas Katolik Soegijapranata
2023

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penelitian mengenai *copywriting* di majalah komunitas yang masih jarang ditemukan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana anatomi *copywriting* yang ada dalam iklan, dan prinsip persuasi yang digunakan oleh pengiklan di salah satu majalah komunitas, yakni majalah Salam Damai. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Secara umum, hasil temuan penelitian ini adalah bahwa, bagian anatomi *copywriting* yang digunakan ada tiga, meliputi *opening*, *body copy*, dan *closing*. Dari 13 jenis *opening* atau *headline* yang ada, hanya 6 jenis yang ditemukan yaitu *Claim Headline*, *News Headline*, *Quotation Headline*, *Question Headline*, *Command Headline*, *Merk headline*. Sedangkan prinsip persuasi, ada 4 dari 6 prinsip yang ditemukan, yaitu prinsip rasa suka, komitmen dan konsistensi, timbal balik, dan kelangkaan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dari ketiga bagian anatomi *copywriting* yang ada, tidak semuanya digunakan dalam menulis *copy* iklan, serta tidak semua iklan ditemukan adanya penggunaan prinsip persuasi. Anatomi yang paling banyak digunakan adalah *body copy*, karena iklan-iklan tertentu membutuhkan penjelasan yang lebih rinci. Selain itu, prinsip persuasi yang paling banyak ditemukan adalah prinsip rasa suka. Kedua hal ini berhubungan dan menjadi karakteristik isi *copy* pada iklan yang ditayangkan di majalah Salam Damai.

Kata Kunci: *Copywriting* Periklanan, Anatomi *Copywriting*, Prinsip Persuasi, Majalah Salam Damai

ABSTRACT

Vereza Milda
Soegijapranata Catholic Univerity
2023

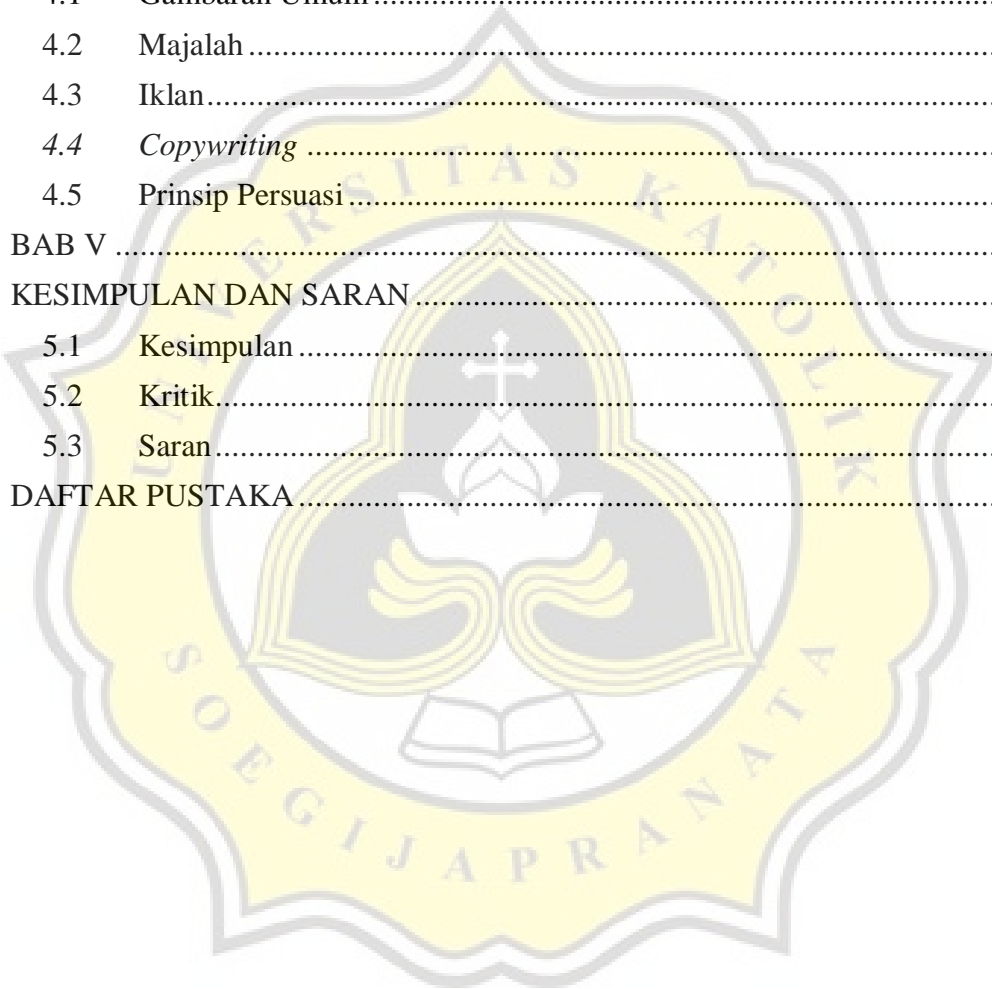
The researches on copywriting are still rare, so this as one of the background of this research. The purpose of this research is to understand the anatomy of copywriting in advertisements, and principles of persuasion used by advertisers in one of the community magazine, "Salam Damai". The research method is descriptive-qualitative method, with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. In general, the findings of this research are that there are three parts of anatomy used, including opening, body copy, and closing. From the 13 types of opening or headlines available, only 6 types were found; such as Claim Headline, News Headline, Quotation Headline, Question Headline, Command Headline, and Merk Headline. For the persuasive principles, there are 4 out of 6 principles found, there are liking principle, commitment and consistency, reciprocity, and scarcity. The results of this research are, that from the three existing parts of the anatomy of copywriting, not all of those are used in the copy making, and not all the advertisements are using the principle of persuasion. Body copy is the most anatomy used by Salam Damai, as certain advertisements require more detailed explanation. In addition, the most commonly found principle of persuasion is liking principle. These two things are related and become characteristics of the contents of the advertisements's copy in Salam Damai magazine.

Keywords: Advertisement Copywriting, Anatomy of Copywriting, Principle of Persuasion, Salam Damai Magazine

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Akademis	8
2. Manfaat Praktis	8
1.5 Tatakala Penelitian	9
1.6 Sistematika Penelitian	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Majalah	16
2.2.2 Iklan	18
2.2.3 <i>Copywriting</i>	21
2.2.4 Prinsip Persuasi	27
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Unit Analisis	30

3.3	Data Riset.....	30
3.4	Teknik Pengambilan Data.....	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	35
3.6	Kerangka Berpikir	38
BAB IV		39
HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Gambaran Umum	39
4.2	Majalah	41
4.3	Iklan.....	45
4.4	<i>Copywriting</i>	54
4.5	Prinsip Persuasi.....	64
BAB V		70
KESIMPULAN DAN SARAN.....		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Kritik.....	72
5.3	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Iklan Produk.....	7
Gambar 1.2 Contoh Iklan Maklumat	7
Gambar 4.1 Iklan Dari <i>Virgin Cake & Bakery</i>	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara bersama Kepala Redaksi.....	a
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara bersama Pemasang Iklan Salam Damai.....	a
Lampiran 3 Hasil Wawancara bersama Pimpinan Redaksi Salam Damai.....	a
Lampiran 4 Hasil Wawancara Kedua bersama Pimpinan Redaksi Salam Damai.	a
Lampiran 5 Hasil Wawancara bersama <i>Marketing Manager</i> Virgin Cake & Bakery	a
Lampiran 6 Tabel Data Iklan Produk dan Maklumat	l

