



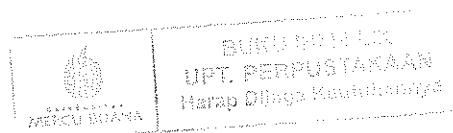
UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Name : Nurrahman Adiwijayanto
NIM : 552 0812 0035
Title : STRATEGI KOMUNIKASI PESAN VISUAL
DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY
MELALUI TAMPILAN SAMPUL DEPAN MAJALAH :
(STUDI KASUS MAJALAH *Men's Health* 2010-2-13)

ABSTRACT

The study examines on how the Men's Health magazine uses communication strategy through *magazine front cover display arrangement* in aim to build their brand identity. Men's Health is a magazine that highlights the middle-up lifestyle of urban active males with the target market age by 20-35 years old. This study uses qualitative research line with constructivist paradigm in the course of case study method and data inquiries through direct interview with prospective sources inside the Men's Health magazine itself. The research concludes that Men's Health Magazine has reconstructed their communication strategy on the subject of magazine's brand identity in order to gain positive respond from their market targets toward the front cover display which packed a lot of valuable assistances for a healthy lifestyle designed for men.

Keyword : Men's Health, healthy lifestyle, brand identity





UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Nurrahman Adiwijayanto
NIM : 552 0812 0035
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PESAN VISUAL
DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY
MELALUI TAMPILAN SAMPUL DEPAN MAJALAH :
(STUDI KASUS MAJALAH *Men's Health* 2010-2-13)

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana majalah *Men's Health* membangun strategi komunikasi brand identity lewat tampilan sampul depan majalah. Majalah *Men's Health* adalah majalah yang bertema tentang gaya hidup pria aktif di perkotaan dengan target market dari pria umur 20-35 tahun kelas menengah-atas di perkotaan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis dengan metode studi kasus dan pengumpulan data melalui wawancara langsung terhadap informan dalam Majalah *Men's Health* itu sendiri. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pihak *Men's Health* merekonstruksi strategi komunikasi mereka terhadap brand identity Majalah *Men's Health* sehingga tujuan mereka agar khalayak target market mereka bisa merespon terhadap tampilan sampul depan majalah *Men's Health* yang berisi berbagai manfaat untuk gaya hidup sehat pria.

Keyword : *Men's Health*, gaya hidup sehat pria, brand identity