



**EFEK MEDIA CATALOG UNIVERSITAS MERCU BUANA  
TERHADAP SISWA/SISWI SMU BUDI MULIA  
DI JAKARTA PUSAT**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing Communications & Advertising.**

**Disusun Oleh :**

**Miko Dwi Andhara**

04303- 055

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2011**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul** : EFEK MEDIA CATALOG UNIVERSITAS MERCU  
BUANATERHADAP SISWA/SISWI SMU BUDI MULIA  
JAKARTA PUSAT

**Nama** : Miko Dwi Andhara

**NIM** : 04303-055

**Fakultas** : Ilmu Komunikasi

**Bidang Studi** : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 21 Januari 2012

UNIVERSITAS  
Mengetahui :  
**MERCU BUANA**  
Pembimbing

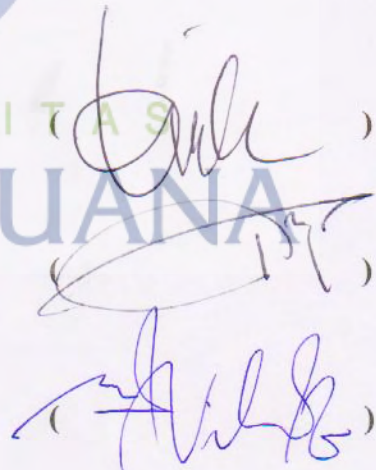
SM. Niken Restaty, M.Si

## TANDA LULUS SIDANG

**Nama** : Miko Dwi Andhara  
**NIM** : 04303-055  
**Fakultas** : Ilmu Komunikasi  
**Bidang Studi** : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 21 Januari 2012

1. Ketua Sidang  
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si
2. Penguji Ahli  
Dr. Farid Hamid, M.Si
3. Pembimbing  
SM. Niken Restaty, M.Si





**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

### **LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI**

**Nama : Miko Dwi Andhara**  
**NIM : 04303-055**  
**Fakultas : Ilmu Komunikasi**  
**Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising**

Jakarta, 21 Januari 2012

**Disetujui dan Diterima Oleh :**

Dosen Pembimbing

  
UNIVERSITAS  
**SM. Niken Restaty, M.Si**

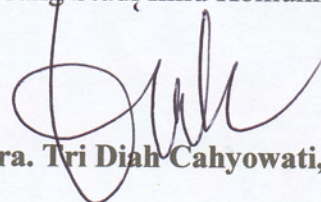
Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



**Dra. Diah Wardhani, M.Si**

Ketua  
Bidang Studi Ilmu Komunikasi



**Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, ridho, hidayah dan karunia, atas kehendak-Nya. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan oleh nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "EFEK MEDIA CATALOG UNIVERSITAS MERCU BUANA TERHADAP SISWA SISWI SMU BUDI MULIA DI JAKARTA PUSAT".

Dan sehingga tercapai satu tahapan belajarku tentang dunia ini, dan salah satu dari tahapan itu adalah skripsi. Mengingat tidak adanya sesuatu yang sempurna maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun setidaknya penulis sudah mencoba untuk melalui segala rintangan yang cukup besar dan segala cobaan yang ada, maka inilah hasil dari sebuah proses untuk menuju masa depan.

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada fakultas ilmu komunikasi jurusan periklanan Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dengan terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak dan penghargaan yang sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dengan ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si Selaku Ketua Sidang yang telah meluangkan waktunya dan kesabarannya dalam membimbing sidang skripsi ini hingga selesai
2. Ibu SM. Niken Restaty, M.Si, Selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dan kesabarannya memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
3. Kedua Orang Tua ku tercinta Bapak dan Ibu (Mardiko Ponjodiryo dan Sri Utami Karyati) yang telah banyak membantu baik secara materil maupun spiritual. Selama ini selalu mendoakan penulis dalam sholatnya, memberikan nasehat-nasehat dan semangat serta segala bantuan yang tak ternilai.
4. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, ketua jurusan Periklanan, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih memberikan izin penulis untuk menyusun skripsi.
6. Bapak. Tri Wibowo, selaku Koordinator Badan Pengawas Sekolah Jakarta Pusat, terima kasih atas penyebaran izin kuisioner.
7. Para staf TU fikom, terima kasih atas bantuannya mengenai surat – menyurat
8. Para dosen Jurusan Advertising Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan, pengalaman dan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
9. Teman – teman angkatan 2003.

10. Hikmah Al-mubarak terima kasih untuk dorongan semangatnya selalu dalam mendampingi penulis, hingga selesainya skripsi ini.

11. Adik-Adik saya Manda dan Marska untuk segala bentuk kasih sayang dan semangatnya, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Paman-Paman saya Pak.Marsudi dan H.Maryoto SH, terimakasih atas segala bentuk baik materil dan moril nya.

13. Dan lain nya mohon maaf bila tidak dapat disebutkan satu persatu.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini atau karya ilmiah lainnya. Semoga semuanya ini bisa menjadi inspirasi dan berguna bagi kehidupan kita bersama, Amin.

Jakarta, 24 Januari 2012

Miko Dwi Andhara



## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN TANDA LULUS.....	.iii
HALAMAN PERBAIKAN SKRIPSI SIDANG.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Signifikansi Penelitian.....	8
1.4.1. Signifikansi Akademis.....	8
1.4.2. Signifikansi Praktis.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi.....	9
2.2. Hierarki.....	12
2.3. Efek Komunikasi.....	15
2.4. Catalog Sebagai Media Iklan.....	19
2.5. Unsur-Unsur Dalam Media Catalog.....	20
2.5.1. Headline.....	20
<b>BAB III METODOLOGI</b>	
3.1. Tipe atau Jenis Penelitian.....	25
3.2. Metode Penelitian.....	25
3.3. Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1. Populasi.....	26
3.3.2. Sampel.....	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5. Definisi dan Operasional Konsep.....	31
3.5.1. Definisi Konsep.....	31
3.5.2. Operasional Konsep.....	32
3.6. Tehnik Analisa Data.....	38
3.6.1. Proses Editing.....	38
3.6.2. Proses Pengkodean Data (Coding).....	39
3.6.3. Akumulasi Tabulasi.....	40

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Smu Budi Mulia.....	45
4.1.1. Sejarah Smu Budi Mulia.....	45
4.2. Hasil Penelitian .....	48
4.2.1. Identitas responden .....	48
4.2.1.1. Jenis Kelamin.....	48
4.2.1.2. Usia Responden.....	49
4.2.1.3. Terpaan Media Catalog.....	50
4.2.1.4. Efek Media Catalog Universitas Mercu Buana.....	53
4.3. Pembahasan.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
5.2.1. Akademis.....	72
5.2.2. Praktis.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>76</b>
Quesioner	76
Tabel Perhitungan Statistik	81
Surat Keterangan Penelitian	84
Struktur Bagan	85
Data Diri	86



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

<b>3.1. Jumlah Populasi Responden</b>	<b>28</b>
<b>3.2. Operasional Konsep</b>	<b>32</b>
<b>3.3. Tabel Awarennes (Kesadran)</b>	<b>41</b>
<b>3.4. Tabel Knowledge (Pengetahuan)</b>	<b>42</b>
<b>3.5. Tabel Liking (Rasa Suka)</b>	<b>43</b>
<b>3.6. Tabel Preference (Pemilihan)</b>	<b>44</b>

### Hal

Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2.	Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3.	Seberapa Sering Melihat Media Catalog dalam sehari.....	50
Tabel 4.4.	Berapa kali melihat media catalog dalam sehari.....	51
Tabel 4.5.	Keaktifan membaca media catalog Universitas Mercu Buana.....	52
Tabel 4.6.	Kesadaran terhadap tampilan visualisasi catalog Universitas Mercu Buana.....	53
Tabel 4.7.	Kesadaran terhadap isi pesan catalog Universitas Mercu Buana.....	54
tabel 4.8.	Mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan dalam media catalog Universitas Mercu Buana.....	55
Tabel 4.9.	Mengetahui dengan baik keseluruhan informasi yang terkandung dalam catalog Universitas Mercu Buana.....	56
Tabel 4.10.	Mengetahui dengan baik keseluruhan unsur visualisasi (Headline, Visualisasi, dan Logo) di dalam catalog.....	57
Tabel 4.11.	Pengetahuan judul utama (Headline) catalog Universitas Mercu Buana.....	58
Tabel 4.12.	Mengetahui dengan baik gambar /foto/ilustrasi yang ditampilkan catalog.....	59
Tabel 4.13.	Mengetahui/ingat mengenai gambar/foto/ilustrasi yang ditampilkan dalam catalog Universitas Mercu Buana....	60
Tabel 4.14	Mengetahui logo Universitas Mercu Buana yang ditampilkan pada catalog.....	61
Tabel 4.15.	Menyukai keseluruhan dari unsur visual berupa (Headline, ilustrasi, logo).....	62
Tabel 4.16.	Kata apa dari catalog Universitas Mercu Buana yang paling menguntungkan.....	63
Tabel 4.17.	Ketertarikan dengan manfaat dan keuntungan yang dijanjikan oleh catalog Universitas Mercu Buana.....	64
Tabel 4.18.	Memilih Universitas Mercu Buana berdasarkan keseluruhan dan unsur visualisasi berupa (Headline, ilustrasi, logo) yang terdapat di catalog Universitas Mercu Buana.....	65

Tabel 4.19.	Memilih Universitas Mercu Buana ini berdasarkan keuntungan dan manfaat tersebut, dibandingkan Universitas lainnya.....	66
Tabel 4.3.1	Awarenes atau tingkat kesadaran.....	67
Tabel 4.3.2	Knowledge atau tingkat pengetahuan.....	68
Tabel 4.3.3	Liking atau tingkat kesukaan.....	69
Tabel 4.3.4.	Preference atau tingkat pemilihan.....	70



## Daftar Bagan

**Bagan 1. Proses Komunikasi**

**Bagan 2. Hierarchy Of Effect Model**

