



**PEMANFAATAN ISI PESAN BROSUR KTA CITIFINANCIAL  
CITIBANK SEBAGAI SUMBER INFORMASI**

**BAGI KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S-I)  
Komunikasi bidang studi Advertising & Marketing Communications

Disusun oleh:

**GOESLY DEWINY**

44305120002

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2011**



UNIVERSITAS MERCUBUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Goesly Dewiny

Nim : 44305120002

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Komunikasi and Advertising

Judul Skripsi : Pemanfaatan Isi Pesan Brosur KTA Citifinancial Citibank Sebagai Sumber Informasi Bagi Konsumen.

Jakarta, 07 Agustus 2011

Mengetahui,

Pembimbing

(Nurprapti W.W, M. Si )



UNIVERSITAS MERCUBUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Goesly Dewiny

Nim : 44305120002

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Komunikasi and Advertising

Judul Skripsi : Pemanfaatan Isi Pesan Brosur KTA Citifinancial Citibank Sebagai Sumber Informasi Bagi Konsumen.

Jakarta, 07 Agustus 2011

Mengetahui,

Ketua Sidang

Penguji Ahli

( Feni Fasta, SE, M.Si )

( Ratih Hasanah, S.Sos, M.Si )

Pembimbing

( Nurprapti W.W, M. Si)



UNIVERSITAS MERCUBUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Goesly Dewiny

Nim : 44305120002

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Komunikasi and Advertising

Judul Skripsi : Pemanfaatan Isi Pesan Brosur KTA Citifinancial Citibank Sebagai Sumber Informasi Bagi Konsumen.

Jakarta, 07 Agustus 2011

Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing



(Nurprapti W.W, M. Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M. Si)

Ketua/Bidang Studi Marcom  
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah.....segala puji bagi Allah SWT yang telah member hidayah dan rahmat-Nya serta kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Atas selesainya skripsi yang berjudul“ Pemanfaatan Brosur KTA Citifinancial Citibank Sebagai Sumber Informasi Bagi Konsumen”Penulis taklupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu, Ayah dan keluarga besar yang selalu mendukung dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Pembimbing akademik, IbuNurprapti W.W, M. Si. Terima kasih atas segala perhatiannya yang sangat besar dan bimbingannya serta ilmu-ilmunya yang sangat berguna bagi penulis.
2. Brand Manager Citifinancial Citibank Cikarang, Bapak Dani. Terimakasih atas kebaikannya memberi kesempatan pada penulis untuk mencari data.
3. Dekan Fikom Universitas Mercubuana, Ibu Dra Diah Wardhani, M.Si.
4. Ketuajurusan Marcom Universitas Mercubuana, Ibu Dra. Tri Dhiyah Cahyowati, M.Si.
5. Penguji Ahli, Bapak Ponco Budi Sulisty, M. Comm.
6. Seluruh Staff Tata Usaha FIKOM UMB khususnya Pak Sam.

Penulis menyadari bahwaskripsi ini masih belum sempurna, maka penulis mengharap saran dan kritik yang membangun penulis demi kesempurnaan penulis dimasa depan.

Penulis berharap skripsi ini mudah-mudah bermanfaat dan berguna bagi orang banyak. Sekian dan Terimakasih.

Penulis

(GoeslyDewiny)

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi.....	ii
Halaman Lulus Sidang Skripsi.....	iii
Halaman Pengesahan Perbaikan.....	iv
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	01
1.2 Rumusan Masalah.....	06
1.3 Tujuan Penelitian.....	07
1.4 Manfaat Penelitian.....	07
<b>BAB II</b>	
<b>KERANGKA TEORI</b>	
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	09
2.2 Brosur Sebagai Salah Satu Alat Media Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3 Jenis Media Komunikasi Pemasaran.....	11
2.4 Brosur Sebagai Salah Satu Media Komunikasi Massa.....	12

2.5 Karakteristik Brosur.....	14
2.6 Element-element Brosur.....	14
2.6.1 Kreativitas Isi Pesan.....	14
2.6.2 Headline.....	15
2.6.3 Sub Headline.....	17
2.6.4 Body Copy.....	17
2.6.5 Ilustrasi.....	19
2.6.6 Warna.....	20
2.6.7 Tipografi.....	22
2.6.8 Layout.....	23
2.7 Komunikasi Massa.....	25
2.8 Fungsi Komunikasi Massa.....	26
2.9 Efek Komunikasi Massa.....	27
2.10 Teori Komunikasi Massa.....	27
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Atau Sifat Penelitian.....	31
3.2 Metodologi Penelitian.....	31
3.3 Populasi Dan Sampel.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Definisi Kategori.....	34
3.6 Tabel Operasional Kategori.....	38
3.7 Teknik Analisa Data.....	40

## BAB IV

HASIL PENELITIAN.....	44
4.1 Gambaran Umum KTA Citifinancial Citibank.....	44
4.1.1 Visi Dan Misi KTA Citifinancial Citibank.....	47
4.1.2 Struktur Organisasi.....	47
4.1.3 Logo dan Contoh Brosur KTA Citifinancial Citibank.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.3 Pembahasan.....	69

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	74

## LAMPIRAN

Daftar Pustaka

Coding Sheet

Sampel Kuesioner

Surat eterangan Dari Kampus Untuk Mencari Data Dari Citifinancial Citibank

Surat Keterangan Dari Pak RT Telah Mendapatkan Ijin Untuk Penelitian Kuesioner

CV Penulis



## DAFTAR TABEL

### **Identitas Responden**

Tabel 1 Jenis Kelamin.....	49
Tabel 2 Usia Responden.....	50
Tabel 3 Pekerjaan Responden.....	50

### **Pengetahuan**

Tabel 4 Responden mendapatkan brosur hingga 4 kali dalam seminggu.....	51
Tabel 5 Brosur dibagikan dalam tempat ibadah.....	52
Tabel 6 Brosur dijadikan data best.....	53
Tabel 7 Banyak masyarakat mengenal KTA Citifinancial Citibank.....	53

### **Ilustrasi**

Tabel 8 .....	54
Tabel 9.....	55
Tabel 10.....	56

### **Warna**

Tabel 11.....	57
Tabel 12.....	58
Tabel 13.....	58

### **Tipografi**

Tabel 14.....	59
Tabel 15.....	60
Tabel 16.....	61
Tabel 17.....	62

Layout	
Tabel 18.....	63
Tabel 19.....	64
Headline	
Tabel 20.....	65
Tabel 21.....	66
Tabel 22.....	66
Sub Headline	
Tabel 23.....	67
Tabel 24.....	68
Body Copy	
Tabel 25.....	69
Tabel 26.....	70
Tabel 27.....	71
Pendekatan isipesan: Rasional, Emosional, Kombinasi	
Tabel 28.....	72
Tabel 29.....	73