



SKRIPSI

RESPON KHALAYAK TERHADAP BROSUR ALFAMART (Studi Deskriptif Terhadap Ibu – ibu Rumah Tangga Kelurahan Cibodas Baru Karawaci Tangerang)

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Ilmu Komunikasi Program Studi Marketing Communication and Advertising

Disusun Oleh :

Nama : Erwin Wirapratama
NIM : 04303 – 080
Jurusan : Marketing Communication and Advertising

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Erwin Wirapratama
NIM : 04303 - 080
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul : Respon Khalayak Terhadap Brosur Alfamart
(*Studi Deskriptif Terhadap Ibu – ibu Rumah Tangga Kelurahan
Cibodas Baru Karawaci Tangerang*)

Jakarta, 18 Februari 2010

Mengetahui,

Pembimbing I

(SM. Niken Restaty, S.Sos M.si)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Erwin Wirapratama
NIM : 04303 - 080
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul : Respon Khalayak Terhadap Brosur Alfamart
(*Studi Deskriptif Terhadap Ibu – ibu Rumah Tangga Kelurahan
Cibodas Baru Karawaci Tangerang*)

Jakarta, 18 Februari 2010

1. Ketua Sidang
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)
2. Penguji Ahli
(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)
3. Pembimbing
(SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si)



(.....)
(.....)
(.....)



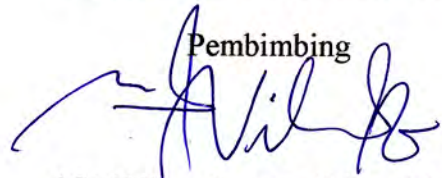
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Erwin Wirapratama
NIM : 04303 - 080
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul : Respon Khalayak Terhadap Brosur Alfamart
(*Studi Deskriptif Terhadap Ibu – ibu Rumah Tangga Kelurahan
Cibodas Baru Karawaci Tangerang*)

Jakarta, 18 Februari 2010

Disetujui dan Diterima Oleh:


Pembimbing
(SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

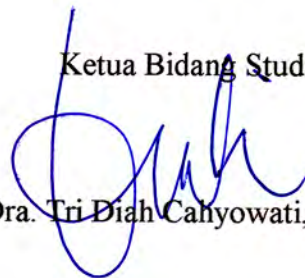
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta shalawat dan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW. Untuk tugas akhir ini peneliti mengangkat judul “Respon Khalayak Terhadap Brosur Alfamart - Studi deskriptif terhadap Ibu-ibu Rumah Tangga Kelurahan Cibodas Baru Karawaci Tangerang”. Dengan perjuangan dan semangat yang kuat, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan juga. Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang banyak memberikan masukan yang sangat berarti, baik moril maupun materil. Untuk itu, dengan segenap ketulusan hati, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan mendorong peneliti sehingga skripsi ini selesai.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, Ketua Jurusan Marketing Communication Universitas Mercu Buana. Terimakasih atas teguran semangat dan dorongan yang selalu diberikan untuk peneliti disetiap pertemuannya.
4. Ibu Nurprapti W. Widyastuti, S.Sos, Pembimbing Akademik peneliti disetiap semester yang peneliti jalani di Universitas Mercu Buana.
5. Bpk. Kamal Rasid selaku ketua RW 06 kelurahan Cibodas Baru dan Ibu Ella Staf kelurahan Cibodas Baru Karawaci Tangerang, atas informasi dan

perizinan yang di berikan untuk peneliti dalam menetapkan populasi penelitian di Kelurahan Cibodas Baru, khususnya RW 06.

6. Serta seluruh dosen FIKOM dan staff Tata Usaha FIKOM, Pak Sam, Mas Mafi, Mas Arif, dan lainnya terimakasih atas bantuannya. Peneliti juga tidak lupa untuk mengucapkan terimakasih banyak kepada orang-orang yang benar-benar berarti bagi hidup peneliti selama ini.

Peneliti juga tidak lupa untuk mengucapkan terimakasih banyak kepada orang-orang yang benar-benar berarti bagi hidup peneliti selama ini. ***Special Thanks to:***

1. Kedua orangtuaku tercinta, Mama, Etty Supriyati dan Papa, Sudhiarto atas doa, semangat, dukungan baik moril maupun materil, perhatian, pengertiannya dalam berbagai hal termasuk dalam menyelesaikan kuliah, maaf karena waktu kuliah yang terlalu lama.
2. Untuk Kakakku, Siska Permatasari beserta Suami, Abadi Purwadaksina atas dukungannya.
3. Untuk Om Dedi Supriyatna atas pencerahan dan motivasinya, beserta Istri, Mba Ati Novianti, dan ketiga Anaknya; Aldi, Revi dan Vito, yang turut menyemangati.
4. Untuk Keluarga Sukabumi, Om Irwan beserta Istri, Tante Tien Agustina, juga kedua anaknya, sepupuku Irham dan Irvira atas segala dorongannya untuk menjadi lebih baik.
5. Untuk Om Nata dan Tante Tri Mulyanti, walau jauh namun terasa dukungan dan motivasinya.
6. Untuk keluarga besar *Dialogue Branding Design (The Branding Consultant)*,

tempatku bekerja dan menuntut ilmu. Terutama untuk Bapak Fx Sunardono, selaku *General Manager* dan Ibu Mian Aurina selaku *HRD Manager*, atas dukungan terlebih kesempatan untuk bekerja sambil menyelesaikan kuliah, terima kasih banyak.

7. Untuk Tunanganku tersayang, Tantri Yustina Apriani, yang turut andil dalam dukungan di berbagai aspek kehidupan dan tujuan hidup penulis, termasuk dalam menyelesaikan pendidikan ini, sebagai syarat menuju hubungan resmi yang penulis janjikan. Terima kasih atas dukungan yang secara langsung, juga membuat Tantri turut sibuk di dalamnya.
8. Untuk teman-teman kampus penulis, Deni, Heru, Fitter, Ali, Beni, Ino dan seluruh mahasiswa Universitas Mercu Buana khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan MARCOM baik angkatan 2003 maupun lainnya, yang tidak disebutkan namanya oleh penulis atas dukungan dan pengalaman indah di kampus kita.
9. Untuk warga RW 06 Kelurahan Cibodas Baru Karawaci Tangerang, yang telah bersedia memberikan waktunya sebagai objek populasi dalam penelitian ini, yang membantu penulis memberikan data yang akurat berupa jawaban dari koesioner yang penulis berikan. Terimakasih banyak, tanpa bantuan anda semua penelitian ini tidak akan memperoleh data yang akurat sebagai jawaban mekanisme evaluasi yang melatar belakangi tersusunnya penelitian ini.

Peneliti menyadari akan adanya kekurangan-kekurangan, baik dalam penyajian penulisan maupun keterbatasan ilmu yang dimiliki peneliti. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, serta peneliti tidak lupa memohon

maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini.

Dan juga semoga skripsi ini dapat berguna bagi masyarakat pada umumnya dan peneliti pada khususnya.

Jakarta, 18 Februari 2010

Erwin Wirapratama

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR BAGAN

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Signifikansi Penelitian	7
1.4.1. Akademis	7
1.4.2. Praktis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Iklan Sebagai Alat Komunikasi	8
2.2. Hierarki Efek	10
2.3. Respon Khalayak.....	12
2.4. Brosur Sebagai Media Iklan	15
2.5. Aspek Dalam Brosur.....	17
2.5.1. Tipografi.....	18
2.5.2. Foto dan Gambar.....	18
2.5.3. Warna.....	19
2.5.4. Tata Letak.....	19
2.5.5. Ukuran.....	20
2.5.6. Bahan.....	20

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1. Tipe dan Sifat Penelitian.....	23
3.2. Metode Penelitian.....	23
3.3. Populasi / Sampel.....	24
3.3.1. Populasi Penelitian.....	24
3.3.2. Sampel.....	24
3.4. Prosedur Pengumpulan Data.....	26
3.4.1. Data Primer	27
3.4.2. Data Sekunder	27
3.5. Definisi dan Susunan Operasionalisasi Konsep.....	27
3.5.1. Definisi.....	27
3.5.2. Operasionalisasi Konsep.....	28
3.6. Metode Analisis Data.....	29
3.6.1. Proses Editing	29
3.6.2. Proses Pengkodean	30
3.6.3. Proses Tabulasi	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Singkat PT Sumber Alfaria Trijaya.....	33
4.4.1. Visi dan Misi PT Sumber Alfaria Trijaya.....	33
4.4.2. Ruang Lingkup Mini Market Alfamart.....	34
4.4.3. Deskripsi Brosur Alfamart.....	35
4.2. Hasil Penelitian.....	37
4.3. Pembahasan.....	52

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- | | | |
|------------|---|---------------------------------|
| Lampiran 1 | : | Surat Izin Penyebaran Kuesioner |
| Lampiran 2 | : | Kuesioner |
| Lampiran 3 | : | Koding Sheet |
| Lampiran 4 | : | Gambar Brosur Alfamart |

BIODATA PENELITIAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Teori “ <i>Hierarchy of effect model</i> “.....	11
Bagan 3.1 Jumlah RT dan RW Kelurahan Cibodas Baru.....	25

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep	28
Tabel 3.2	Tabulasi Nilai Persepsi	32
Tabel 4.1	Pengeluaran per Bulan.....	38
Tabel 4.2	Pekerjaan.....	38
Tabel 4.3	Pernah Melihat Brosur Alfamart.....	39
Tabel 4.4	Frekuensi Melihat Brosur Alfamart Edisi 18 :16–30 September 2010...	40
Tabel 4.5	Mengetahui tentang adanya huruf pada brosur Alfamart.....	41
Tabel 4.6	Tahu adanya foto atau gambar produk dalam brosur Alfamart.....	41
Tabel 4.7	Tahu adanya warna yang menjadi identitas Alfamart di dalam brosur...	42
Tabel 4.8	Tahu tata letak dari bentuk desain pada brosur Alfamart.....	42
Tabel 4.9	Tahu bagaimana ukuran brosur Alfamart.....	43
Tabel 4.10	Tahu bahan brosur yang digunakan.....	43
Tabel 4.11	Jenis Huruf yang Sering Digunakan.....	44
Tabel 4.12	Foto dan Gambar Produk yang Terdapat dalam Brosur Alfamart.....	44
Tabel 4.13	Warna yang Sering Muncul dalam Brosur Alfamart.....	45
Tabel 4.14	Tata Letak dari Bentuk Desain pada Brosur Alfamart.....	46
Tabel 4.15	Ukuran Kertas pada Brosur Alfamart.....	46
Tabel 4.16	Bahan yang digunakan untuk Brosur Alfamart.....	47
Tabel 4.17	Pendapat Mengenai Jenis Huruf yang Digunakan.....	48
Tabel 4.18	Pendapat terhadap Foto dan Gambar dalam Brosur.....	48
Tabel 4.19	Pendapat terhadap Beberapa Warna pada Brosur.....	49
Tabel 4.20	Pendapat terhadap Tata Letak dari Bentuk Desain Brosur.....	49
Tabel 4.21	Pendapat terhadap Ukuran Brosur Alfamart.....	50
Tabel 4.22	Pendapat terhadap Bahan yang Dipakai untuk Brosur.....	51
Tabel 4.23	Pendapat terhadap Brosur Secara Keseluruhan.....	51

