



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING**

**ERWIN WIRAPRATAMA (04303-080)**

Respon Khalayak terhadap Brosur Alfamart

(Studi Deskriptif Terhadap Ibu-ibu Rumah Tangga Kelurahan Cibodas Baru)

66hal+bagian+tabel+lampiran

Bibliografi: 20 buku

**ABSTRAKSI**

Dalam pemasaran sebuah produk, brosur merupakan salah satu alat dari bauran promosi yang disebut sebagai media periklanan. Media penyampai pesan memegang peranan penting dalam proses komunikasi. Adapun brosur sebagai media beriklan memiliki keunggulan tersendiri yang sangat menunjang dalam berpromosi. Untuk itu PT. Sumber Alfaria Trijaya atau Alfamart memanfaatkan brosur sebagai media berpromosi secara rutin yang diedarkan setiap 2 kali dalam sebulan, di harapkan Alfamart mampu menyampaikan segala keunggulan dalam produk minimarketnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai mekanisme evaluasi bagi Alfamart dalam beriklan melalui brosurnya, yang memiliki fungsi tersendiri.

Konsep yang dipakai untuk mengukur sejauhmana respon khalayak terhadap brosur Alfamart yang dilihat dari berbagai aspek didalamnya, yang mencakup: jenis huruf, foto atau gambar, warna, dll. Berdasarkan tahapan hierarki efek yaitu: kognitif, afektif dan konatif.

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual. Metode penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Yang dijadikan populasi dalam penelitian ini ialah Ibu-ibu Rumah Tangga Kelurahan Cibodas Baru, dengan jumlah sampel sebanyak 280 orang secara Simple Radom Sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 72,9% responden menyatakan bahwa brosur tersebut secara keseluruhan sangat menarik dan 21,8% responden menyatakan menarik, sisanya hanya 5,4% responden saja yang menyatakan netral. Dapat disimpulkan bahwa respon khalayak terhadap brosur alfamart khususnya edisi 18: priode 16 – 30 September 2009 adalah positif. Hal tersebut diperkuat dengan tabulasi yang menyatakan sebanyak 280 atau 100% responden memiliki penilaian total antara 52-70 yang dalam penelitian ini dikategorikan positif sadar, mengetahui dan tertarik terhadap brosur Alfamart. Adapun saran dari peneliti mengenai brosur Alfamart dalam penelitian ini, diharapkan agar desainer atau produsen yang mendesain brosur alangkah baiknya tidak hanya menguatkan desain dari sisi kreatifitas didalam isi brosur, tetapi pertimbangkan pula teknis produksinya seperti bahan dan ukuran yang digunakan, agar keindahan dalam desain mampu terdukung oleh kedua aspek tersebut.