



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

SKRIPSI

**HUBUNGAN DAYA TARIK VISUAL KEMASAN HI-RED KOREAN
GINSENG COFFE DENGAN MINAT BELI KONSUMEN**

(Survei Pengunjung Café Juned 7 Mei 2006 – 13 Mei 2006)

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S-I)
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Periklanan**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Lasdiawan

04301-109

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**



MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Lasdiawan
NIM : 04301-109
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Hubungan Daya Tarik Visual Kemasan Hi-Red
Korean Ginseng Coffee dengan Minat Beli
Konsumen

Disetujui dan diterima oleh

MERCU BUANA

Pembimbing I

(Nurprapti W. Widyastuti. M.Si)

Pembimbing II

(Ratih Hasanah. S. Sos)



MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Lasdiawan
NIM : 04301-109
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Hubungan Daya Tarik Visual Kemasan Hi-Red Korean
Ginseng Coffee dengan Minat Beli Konsumen

Jakarta, Agustus 2006

1. Ketua Sidang

Irmulan Sati. SH. M.Si

2. Penguji Ahli

Drs. Ahmad Mulyana. M.Si

3. Pembimbing I

Nurprapti W. Widyastuti. M.Si

4. Pembimbing II

Ratih Hasanah. S. Sos



MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Lasdiawan
NIM : 04301-109
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Hubungan Daya Tarik Visual Kemasan Hi-Red
Korean Ginseng Coffee dengan Minat Beli
Konsumen.

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II


(Nurprapti W. Widyastuti. M.Si)


(Ratih Hasanah S. Sos)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Periklanan



(Dra Diah Wardhani M.Si)



(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Fuji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan ridho, rahmat, hidayah dan karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yaitu Daya Tarik Visual Kemasan Hi-Red Korean Ginseng Coffee dengan minat beli. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-I) Program studi Periklanan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan masih terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki dan tanpa bantuan dari berbagai pihak, kiranya sulit bagi penulis untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Untuk itu, Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, memberikan dorongan moril maupun materil sampai selesainya proses penyusunan skripsi ini;

1. Nurprapti W. Widyastuti, S.Sos, M.Si. selaku pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan, pengarahan, masukan-masukan dalam penulisan skripsi ini baik dari segi teori, bahasa maupun kata-kata.
2. Ratih Hasanah S.Sos Pembimbing II penulis, yang selalu memberikan bimbingan, pengarahan, masukan serta pengkoreksian kata demi kata serta memberikan saran untuk perbaikan skripsi ini.
3. Ibu S. M Niken Restaty. S. Sos selaku Pembimbing Akademik.
4. Drs. Ahmad Mulyana, M.Si. Ketua bidang Studi Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana.
5. Dra Diah Wardhani M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

6. Bapak Teguh Kurniawan selaku Art Director PT. Cahaya Abadi Prima
7. Bapak Dwi Yulianto selaku Creative Design. PT. Cahaya Abadi Prima
8. Manager Café Juned yang telah memberikan izin penelitian hingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Para dosen jurusan Advertising Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan, pengalaman dan ilmu yang bermanfaat selama mengikuti perkuliahan di FIKOM Universitas Mercu Buana
10. Para Kru di TU, yang selalu merepotkan dalam pembuatan surat menyurat.
11. Ke Dua Orang tua berserta kakakku semua, atas doa, Harapan dan penuh kepercayaan yang diberikan sehingga membuat penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.
12. Teman-teman angk. 2000 Deni, Tara, Dimas, Debie binus, Erwin, Fajar pakong, Isuck humaz, ricky, baco, Daw, Budi Karawang, Jaki, Baguk, Topik D3 Ekonomi, Amril Ekonomi, Nandar S.I Ekonomi, Ryo, Tukul, Yudhay, Mamad, Ikhwan, Codok, Sumanjaya, Noki, Toto, azizi, Dini, Evoy, Lia, Mery, Rias, Lutfie 98, Ferdi 98, Ade pipin, wawan, Bule, azizi, Ana, Novita, putri 2001. indri, latief, azi, Komeng (rini), toto,
13. dan Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Jakarta Juni 2006

Lasdiawan

DAFTAR ISI

	Halaman
ABTRAKSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian	8
1.4.Signifikasi Penelitian	8
1.4.1. Signifikasi Teoritis	8
1.4.2. Signifikasi Praktis.....	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi	9
2.2. Teori Efek Komunikasi Pada Iklan.....	10
2.3. Konsep Daya Tarik Visual	13
2.4. Konsep Kemasan	19
2.5. Konsep Minat.....	21
2.6. Hipotesa	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian	27
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Populasi Dan Sampel.....	28
3.3.1. Populasi	28
3.3.2. Sampel.....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data	31
3.5. Teknik Analisa Data	32
3.5.1. Reliabilitas dan Validitas	34
3.6. Definisi dan Operasionalisasi Konsep	37

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Hasil Penelitian	39
4.1.1. Karakteristik Responden.....	39
4.1.2. Daya Tarik Visual Kemasan	43
4.1.3. Minat Beli.....	53
4.2. Pembahasan.....	61
4.2.1. Uji Hipotesa dan Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	67
-----------------------	----

5.2.Saran -- saran	68
5.2.1. Akdemis	71
5.2.2. Praktis	71
LAMPIRAN	71



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. jenis Kelamin	39
Tabel 2. Usia Responden.....	40
Tabel 3. Tingkat pekerjaan	41
Tabel 4. Tingkat pendidikan	42
Tabel 5. Tampilan Kemasan	44
Tabel 6. Komposisi Warna	45
Tabel 7. Warna Merah pada Kemasan Hi-Red	46
Tabel 8. Bentuk Sachet Kemasan	47
Tabel 9. Ilustrasi atau Gambar.....	48
Tabel 10. Penggunaan Teks atau Tulisan	49
Tabel 11. Isi Pesan Teks atau Tulisan	50
Tabel 12. Nama atau Merek Hi-Red	51
Tabel 13. Tata Letak atau Penempatan	52
Tabel 14. Perhatian Terhadap Kemasan	54
Tabel 15. yang paling menarik dari kemasan	55
Tabel 16. Yang membuat Tertarik dari Kemasan.....	56
Tabel 17. Keinginan atau mencoba setelah melihat kemasan.....	57
Tabel 18. Melihat Informasi Kemasan.....	58
Tabel 19. Kesaksian yang Meyakinkan Konsumen	59