

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>ABSTRAK</b> .....	xvii
<b>ABSTRACT</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.3Manfaat Praktis .....	7
1.5 Kerangka Teori .....	7

1.5.1 Teori Pengenalan Merek .....	7
1.5.2 Konsep A-T-R.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Iklan .....	13
2.1.1 Fungsi Iklan .....	14
2.2 Iklan Pada Media Cetak .....	16
2.3 Media Cetak.....	19
2.3.1 Peran Majalah dan Surat Kabar .....	21
2.3.2 Klasifikasi Majalah .....	22
2.3.2.1 Majalah Konsumen .....	22
2.3.2.2 Majalah Pertanian .....	23
2.3.2.3 Majalah Bismis .....	24
2.4 Keunggulan Majalah.....	25
2.4.1 Selektivitas.....	25
2.4.2 Kualitas Reproduksi.....	25
2.4.3 Kreativitas Fleksibel .....	26
2.4.4 Permanen.....	26
2.4.5 Prestise .....	27
2.4.6 Penerimaan dan Lingkungan Konsumen .....	27
2.4.7 Pelayanan .....	28
2.5 Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.2.1 Populasi Penelitian.....	33
3.2.2 Sampel Penelitian.....	33
3.3 Sumber Data .....	34
3.3.1 Data Primer.....	34
3.3.2 Data Sekunder.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5 Unit Analisis dan Kategorisasi .....	35
3.5.1 Definisi Operasional.....	39
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	51
3.6.1 Validitas .....	51
3.6.2 Reliabilitas.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Umum Majalah Intisari .....	54
4.1.1 Kelompok Majalah Kompas Gramedia.....	54
4.1.2 Sejarah Majalah Intisari .....	56
4.1.3 Logo Majalah Intisari.....	57
4.1.4 <i>Demographic – Region</i> Majalah Intisari .....	58
4.1.5 Profil Pembaca Majalah Intisari.....	59
4.2 Unit Analisis .....	59
4.2.1 Unit Analisis Berdasarkan Kategori Produk dan Jasa.....	59
4.2.2 Unit Analisis Berdasarkan Kategori Tujuan Iklan .....	74

4.2.3 Unit Analisis Berdasarkan Kategori <i>Space</i> Iklan Yang Dipakai.....	78
4.2.4 Unit Analisis Berdasarkan Tagline Yang Dipakai.....	84
4.2.5 Unit Analisis Berdasarkan Bahasa Yang Dipakai .....	87
4.2.6 Unit Analisis Berdasarkan Letak Iklan Ditempatkan .....	92
4.2.7 Unit Analisis Berdasarkan Model Iklan .....	97
4.2.8 Unit Analisis Berdasarkan Headline Yang Dipakai .....	103
4.2.9 Unit Analisis Berdasarkan Unsur Body-Copy .....	122
4.2.10 Unit Analisis Berdasarkan Daya Tarik Iklan .....	131
4.2 Pembahasan .....	135
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	143
5.1 Kesimpulan.....	143
5.2 Saran .....	145
5.2.1 Bagi Biro Iklan atau Pengiklan.....	145
5.2.2 Bagi Majalah Intisari .....	146
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	146

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Kelompok Majalah Kompas Gramedia .....	55
Gambar 4.2	Logo Majalah Intisari .....	57
Gambar 4.3	Kategori Media Informasi .....	63
Gambar 4.4	Kategori Obat .....	69
Gambar 4.5	Kategori Makanan .....	70
Gambar 4.6	Kategori Acara.....	71
Gambar 4.7	Kategori Teknologi.....	72
Gambar 4.8	Kategori Public Relations.....	73
Gambar 4.9	Kategori Mengingatkan .....	75
Gambar 4.10	Kategori Informasi.....	76
Gambar 4.11	Kategori Persuasif .....	77
Gambar 4.12	Kategori Iklan Display .....	80
Gambar 4.13	Kategori Iklan Kolom.....	81
Gambar 4.14	Kategori Iklan Advertorial .....	83
Gambar 4.15	Kategori Iklan Tidak Menggunakan Tagline .....	85
Gambar 4.16	Kategori Iklan Menggunakan Tagline.....	86
Gambar 4.17	Kategori Iklan Bahasa Indonesia.....	89
Gambar 4.18	Kategori Iklan Bahasa Inggris .....	90
Gambar 4.19	Kategori Iklan Campuran .....	91
Gambar 4.20	Kategori Didalam Cover Depan .....	94
Gambar 4.21	Kategori Isi .....	95
Gambar 4.22	Kategori Didalam Cover Belakang .....	96
Gambar 4.23	Kategori Di Cover Belakang .....	97
Gambar 4.24	Kategori Tidak Ada Model.....	99
Gambar 4.25	Kategori Model Wanita .....	101
Gambar 4.26	Kategori Model Pria .....	102
Gambar 4.27	Kategori Model Kombinasi .....	103
Gambar 4.28	Kategori Benefit Ad Headline .....	105
Gambar 4.29	Kategori News Ad Headline.....	106

Gambar 4.30	Kategori Selective Ad Headline .....	107
Gambar 4.31	Kategori Curiosity Ad Headline .....	108
Gambar 4.32	Kategori Puns/Gimmic Headline.....	110
Gambar 4.33	Kategori Question Headline .....	111
Gambar 4.34	Kategori Command Headline .....	121
Gambar 4.35	Kategori Teaser Headline .....	122
Gambar 4.36	Kategori You And I Headline.....	114
Gambar 4.37	Kategori Claim Ad Headline .....	115
Gambar 4.38	Kategori Split Ad Headline .....	116
Gambar 4.39	Kategori Text Display Headline .....	117
Gambar 4.40	Kategori Text Quotation Ad Headline.....	118
Gambar 4.41	Kategori Headline Slogan.....	119
Gambar 4.42	Kategori Identivication Ad Headline.....	120
Gambar 4.43	Kategori Headline Gambar Dan Keterangan.....	121
Gambar 4.44	Kategori Card Copy.....	123
Gambar 4.45	Kategori Story Copy .....	124
Gambar 4.46	Kategori Straightforward Copy .....	125
Gambar 4.47	Kategori You And Me Copy .....	126
Gambar 4.48	Kategori News Page Copy.....	127
Gambar 4.49	Kategori Informatif/Rasional.....	133
Gambar 4.50	Kategori Emosional .....	134

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Belanja Iklan Media Televisi, Koran, serta Majalah dan Tabloid.....	4
Grafik 4.1	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Kategori Produk.....	62
Grafik 4.2	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Kategori Tujuan Iklan.....	75
Grafik 4.3	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan <i>Space</i> iklan yang dipakai .	79
Grafik 4.4	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Tagline .....	85
Grafik 4.5	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Bahasa Yang Dipakai .....	88
Grafik 4.6	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Letak Iklan Ditempatkan .	93
Grafik 4.7	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Model Iklan .....	99
Grafik 4.8	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Daya Tarik Iklan.....	132

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Unit Analisis dan Kategori.....	35
Tabel 4.1	Pesebaran Majalah Intisari di Indonesia.....	58
Tabel 4.2	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Kategori Produk .....	61
Tabel 4.3	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Tujuan Iklan .....	74
Tabel 4.4	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Space Iklan .....	78
Tabel 4.5	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Tagline.....	84
Tabel 4.6	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Letak Iklan Ditempatkan.....	93
Tabel 4.7	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Model Iklan .....	98
Tabel 4.8	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Headline .....	103
Tabel 4.9	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan body copy yang digunakan...	122
Tabel 4.10	Frekuensi Unit Analisis Berdasarkan Daya Tarik Iklan.....	132