ABSTRAK

Amirulla Zuhri : NIM B76208094, 2012, Penggunaan Brosur Oleh Konsumen Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi, Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

Kata Kunci: Persepsi, Brosur

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Bagaimana persepsi masyarakat tentang brosur Indomaret, (2) Bagaimana pengetahuan masyarakat mengenai brosur indomaret.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode kualitatif diskripstif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai brosur indomaret, kemudian data tersebut dianalisis secara kritis, sehingga diperoleh data yang mendalam tentang brosur Indomaret.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) pemahaman konsumen tentang tampilan brosur indomaret (a) bahwasannya sebagian konsumen merasa cukup puas dengan tampilan yang ada pada brosur tersebut, menurut sebagian konsumen tampilan yang ada pada brosur indomaret tersebut cukup menarik, dari segi warna maupun tulisan yang terdapat pada brosur tersebut. (b) konsumen beranggapan bahwasannya gambar pada brosur indomaret cenderung buram atau tidak jelas, membuat konsumen merasa dipersulit dengan tulisan yang ada digambar. (c) konsumen beranggapan bahwasannya warna yang terkesan monoton (terpaut pada satu warna) sehingga daya tarik untuk melihat brosur jadi berkurang. (d) kelengkapan barang pada brosur indomaret belum lengkap, tidak semua barang atau produk masuk dalam brosur. (2) brosur indomaret dijadikan patokan untuk mengetahui harga barang di indomaret dan juga sebagai perbandingan harga barang di indomaret dengan harga barang di pasar.

Bertitik tolak dalam penelitian ini, beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peningkatan kualitas brosur adalah (1) lebih teliti dalam pembuatan brosur, sehingga dapat menimbulkan ketertarikan bagi konsumen dari sisi warna, gambar, maupun kelengkapan barang pada brosur. (4) agar lebih bisa meminimalisir dan memberikan promo- promo khusus, agar konsumen tidak berpaling membeli barang ditempat lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id