

**STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF
EFEKTIFITAS *MIRACLE MAGAZINE* DALAM MEMBANGUN
CITRA MEREK *MIRACLE AESTHETIC CLINIC***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh :

**VELAE DAWN LEIMAN
NRP. 1423011150**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

EFEKTIFITAS *MIRACLE MAGAZINE* DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK *MIRACLE AESTHETIC CLINIC*

Oleh:

Vela Dawn Leiman

NRP. 1423011150

Proposal seminar ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Ignatius Rys Deddy A., S.Sos., M.Si ()

Pembimbing II : Lusy Evylia Puspita, SE., M.Si ()

Surabaya, 28 Agustus 2014

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini, saya

Nama : Velae Dawn Leiman

NRP : 1423011150

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

EFEKTIFITAS *MIRACLE MAGAZINE* DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK *MIRACLE AESTHETIC CLINIC*.

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya di cabut.

Surabaya, 9 September 2014

Penulis,

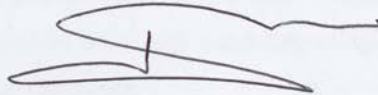
Velae Dawn Leiman

NRP. 1423011150

HALAMAN PENGESAHAN


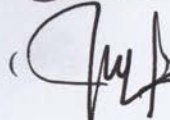
Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada:
Selasa, 9 September 2014

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si
NIK.142.09.0647

Dewan Penguji

- | | | |
|---------------|---|--|
| 1. Ketua | : Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si | () |
| NIK | : 142.09.0647 | |
| 2. Sekretaris | : Finsensius Yuli P, S.Sos, M. Med. Kom | () |
| NIK | : 142.09.0633 | |
| 3. Anggota | : Ignatius Rys Deddy A., S.Sos., M.Si. | () |
| NIK | : 142.10.0378 | |
| 4. Anggota | : Lusy Evylia Puspita, SE., M.Si | () |
| NIK | : 142.10.0661 | |

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demikian perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Nama : Velae Dawn Leiman

NRP : 1423011150

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya:

Judul:

Efektifitas *Miracle Magazine* dalam membangun citra merek *Miracle Aesthetic Clinic*

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 September 2014

Penulis,

(Velae Dawn Leiman)

KATA PERSEMBAHAN

Penulis ingin mendedikasikan laporan tugas akhir dan skripsi pada kedua orang tua tercinta, atas usahanya yang telah membesarkan dan mendidik hingga penulis dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan atas hasil jerih payahnya lah penulis termotivasi untuk menyelesaikan laporan kerja praktek ini hingga tepat waktu.

Selama mengerjakan Skripsi, penulis juga mendapatkan motivasi dari sebuah kutipan karya *Robin Hood*. Kutipan ini bercerita tentang jangan lah pernah menyerah selama menjalani hidup. Teruslah maju sampai domba menjadi singa. Penulis mendapatkan kata-kata terindah dari sebuah media massa yang menayangkan *quotes* di akhir acara dan penulis merasa termotivasi untuk menggunakan kata-kata tersebut sebagai sebuah motto. Motto tersebut digunakan oleh penulis untuk mengerjakan setiap pengalaman yang diberikan dengan sebaik-baiknya.

QUOTES

“Rise and rise again until lambs become lions.”

Robin Hood

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Efektifitas *Miracle Magazine* dalam membangun citra merek *Miracle Aesthetic Clinic*”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan bagi mahasiswa program S1 pada program studi Ilmu Komunikasi Unika Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayah dan Ibunda tercinta yang terus berada di samping saya, memberikan kasih sayang, doa, semangat, dan telah sabar membimbing penulis dengan segala pengorbanan selama ini.
2. Kakak dan adik saya Serina Taodia dan Aegea Kirin, yang selalu memberikan semangat, senyuman dan dukungannya setiap saat.

3. Lusy Evylia Puspita SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Fakultas Ilmu Komunikasi Unika Widya Mandala Surabaya. Dengan penuh kesabaran dalam memberikan saran, nasehat, bimbingan, kritikan serta bantuan yang begitu besar didalam kesibukannya sebagai praktisi humas di salah satu sekolah swasta.

4. Ignatius Deddy, S.Sos., M.Si sebagai Dosen Pembimbing kedua Fakultas Ilmu Komunikasi Unika Widya Mandala Surabaya, yang banyak memberikan dukungan kepada penulis melalui saran, pengarahan, dan bimbingan beliau di tengah jadwal mengajar yang padat.

5. Christeven.M, selaku pemilik *Miracle Aesthetic Clinic* yang memberikan izin untuk melakukan penelitian. Memberikan dukungan dan kemudahan untuk melakukan proses penelitian di *Miracle Aesthetic Clinic*.

6. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unika Widya Mandala Surabaya yang sangat banyak memberi dukungan, semangat, masukan, bimbingan, serta kritikan yang sangat berguna.

7. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos, M.Med Kom., selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu memberikan arahan-arahan serta masukan akademik sekaligus menjadi penguji untuk skripsi ini.

8. Bapak / Ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Unika Widya Mandala Surabaya yang telah banyak membantu saya untuk dapat melaksanakan penulis dalam studi.

9. Teman-teman Fikom angkatan 2010 Monica, Jessica, Nira, Merlyn, Selvi, Adeo, Linda, Ayu, Elgar, Cicil, Dylen, Yenny yang menjadi teman seperjuangan.

10. Teman-teman Gereja Yakobus Surabaya yang selalu mendukung dan mendoakan saya selama proses pengerjaan proposal skripsi.

11. Teman-teman FIKOM angkatan bawah yang memberikan dukungan dan semangat selama proses pengerjaan proposal skripsi.

12. Pihak-pihak lain yang tidak disebutkan, terimakasih atas terselesaikannya proposal ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penyusunan proposal skripsi ini, karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis hanya dapat mengharapkan semoga amal baik tersebut akan mendapat Rahmat luar biasa serta Karunia dari Tuhan Yang Maha Esa.

Surabaya, 09 September 2014

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK.	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Batasan Masalah	8
I.3. Rumusan Masalah	9
I.4. Tujuan Penelitian	9
I.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1. <i>Marketing Public Relations</i>	10
II.2. Citra dalam Masyarakat	11
II.3. Media Internal dalam PR	12
II.4. Kerangka Konsep Penelitian	17
BAB III. METODE PENELITIAN	18
III.1. Tipe Penelitian	18
III.2. Identifikasi Variabel Penelitian	18

III.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian	19
III.4. Populasi dan Sampel.....	19
III.5. Teknik Pengumpulan Data.....	20
III.6. Analisis Data.....	21
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	23
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	27
IV.2.1. Uji Validitas	27
IV.2.2. Uji Reliabilitas	38
IV.3. Hasil Penelitian	29
IV.3.1. Profile Responden	30
IV.3.2. Daya Tarik Pesan	35
IV.3.1.2 Daya Tarik Fisik.....	50
IV.3.1.3 Frekuensi Terbit	60
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	65
V.1. Kesimpulan	65
V.1. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Logo <i>Miracle Aesthetic Clinic</i>	24
GAMBAR 2 Salah satu bentuk berita di dalam majalah <i>Miracle</i>	44

DAFTAR TABEL

TABEL 1. Hasil Pengujian Validitas Pernyataan <i>Miracle Magazine</i>	28
TABEL 2. Hasil Uji Reliabilitas	29
TABEL 3. Profile Responden	30-34
TABEL 4. Daya Tarik Isi	35-50
TABEL 5 Daya Tarik Fisik	51-59
TABEL 6. Frekuensi Terbit	60-64

ABSTRAK

Leiman, Velae. NRP. 1423011150 EFEKTIFITAS *MIRACLE MAGAZINE* DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK *MIRACLE AESTHETIC CLINIC*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya 2014.

MPR atau *Marketing Public Relation* merupakan bagian yang biasa muncul dalam sebuah organisasi atau sebuah perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan terkait dengan citra merek. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan di *Miracle Aesthetic Clinic* Surabaya, didapatkan hasil bahwa *Miracle Magazine* yang ada di *Miracle Aesthetic Clinic* dapat membangun citra merek dari *Miracle Aesthetic Clinic*. *Miracle Magazine* ini memberikan banyak informasi-informasi *high end* dan *uptodate* yang sangat berguna dan dapat diterima oleh para konsumennya. Penelitian ini menggunakan metode survei.

Melalui hasil penelitian ini ditemukan bahwa *Miracle Magazine* ini dapat membentuk citra *Miracle Aesthetic Clinic* sesuai dengan visi, misi, dan *positioning* nya. Karena rubrik-rubrik yang dimiliki berisi liputan *high end* untuk sasaran menengah keatas, sehingga *Miracle Magazine* ini berhasil menggambarkan citra perusahaan yang baik kepada masyarakat dan para konsumennya.

Kata Kunci : *Marketing Public Relation, Media Internal, Citra Perusahaan*

ABSTRACT

Leiman, Velae. NRP. 1423011150 *THE EFFECTIVENESS OF THE MIRACLE MAGAZINE IN BUILDING COMPANY'S IMAGE MIRACLE AESTHETIC CLINIC*. Faculty of Communication University Catholic Widya Mandala Surabaya 2014.

MPR or Marketing Public Relation is an important division in an organization or a company. It is a division intended to accomplish a purpose to establish the branding or image of the product.

Based on the early study which has been done by Miracle Aesthetic Clinic Surabaya, it was found that the Miracle Magazine which is used by the Clinic has been very successful to build the good image of the Clinic. The magazine gives a lot of high end and up dated informations about beauty and how to maintain beauty. The informations are very useful and acceptable to the customers. The study used the Method of Customers Survey.

The survey concluded that the Miracle Magazine can establish the image of the Miracle Aesthetic Clinic in accordance with the vision, mission, and the positioning as intended by the clinic. Since the informations in the magazine are written with regard to the middle and high end customers, the magazine successfully brings out the good image of the Clinic to the people in general and to the Clinic's customers in particular.

Key Words : Marketing Public Relation, Media Internal, Corporate image

Studi Deskriptif Kuantitatif
Efektifitas *Miracle Magazine* Dalam Membangun Citra Merek *Miracle Aesthetic Clinic*

Oleh : Velae Dawn Leiman

1423011150

ABSTRAK

Marketing public relations (MPR) merupakan bagian yang biasa muncul dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang *market driven* secara strategi, fungsi dan peran PR sebagai pendukung pencapaian sasaran perusahaan terkait dengan citra merek. Pencitraan yang dilakukan oleh MPR harus sejalan dengan citra merek yang dikembangkan oleh *marketing* sebuah perusahaan. MPR suatu perusahaan berupaya membangun citra merek melalui proses komunikasi yang ditujukan kepada publik atau *customer* atau biasa disebut dengan *marketing communication* (Wasesa Agung, 2005).

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Miracle Magazine* efektif untuk membangun citra merek *Miracle* melalui daya tarik pesan, daya tarik fisik, dan frekuensi terbit. Keberadaan *Miracle Magazine* dapat mengakomodir kebutuhan akan segala informasi konsumen yang merupakan orang-orang di segmen atas.

Kata Kunci : *Marketing Public Relation, Media Internal, Citra Perusahaan*