

# PENGARUH SELEBARAN TERHADAP SIKAP

(STUDI DESKRIPTIF TENTANG SELEBARAN POLLING TELPON  
INTERAKTIF DAKOTA SUARA MEDAN TERHADAP SIKAP  
PENGUNJUNG DI PENJUALAN KASET DAN CD  
PINGGIRAN JALAN ISKANDAR MUDA  
PRINGGAN MEDAN)

## SKRIPSI

Diajukan Untuk Menempuh Ujian dan Memenuhi  
Persyaratan Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Sosial



OLEH

**SUKMAWATI**  
NIM.048500019

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama,

Handwritten signature of Dra. Effiati Juliana Hasibuan.

(Dra. Effiati Juliana Hasibuan, MSi)

Pembimbing Pendamping,

Handwritten signature of Drs. H. Hottob Harahap.

(Drs. H. Hottob Harahap, MSi)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area

Handwritten signature of Drs. H. M. Husni Thamrin Nasution.  
Seal of Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, featuring a central emblem with a book and a lamp, surrounded by the text "UNIVERSITAS MEDAN AREA" and "FAKULTAS ISIPOL".  
(Drs. H. M. Husni Thamrin Nasution, MSi)

Ketika nabi Sulaiman ditawarkan untuk memilih antara Ilmu dan Harta, maka beliau pun memilih ilmu, beliau memilih ILMU, karena dengan ilmu bisa mendapatkan Harta.

## Persembahkan

Skripsi ini ku persembahkan untuk orang-orang yang Menyayang dan menjayaku kefusuknya.

Untuk kedua orang tuaku yang telah membesarkanku dengan kasih sayang dan segala pengorbanannya.

Untuk Kakak dan Adikku yang selalu menyayang.

Untuk Suamiku yang selalu setia bersamaku.

Untuk seluruh keluarga yang selalu memotivasiku.

Kepada semua ku persembahkan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam. Shalawat dan salam bagi Rasulullah s.a.w, seluruh keluarganya, sahabat-sahabatnya dan siapa saja yang mengikutinya.

Syukur tak terhingga penulis ucapkan atas selesainya penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Selebaran POLONIA Terhadap Sikap Pengunjung Toko Kaset dan CD di Radio Suara Medan” yang mana menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik jurusan Komunikasi Universitas Medan Area.

Proses penyusunan skripsi ini memperoleh banyak sekali bantuan baik secara moril maupun materil dari banyak pihak yang tentunya tidak ternilai harganya. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan kepada :

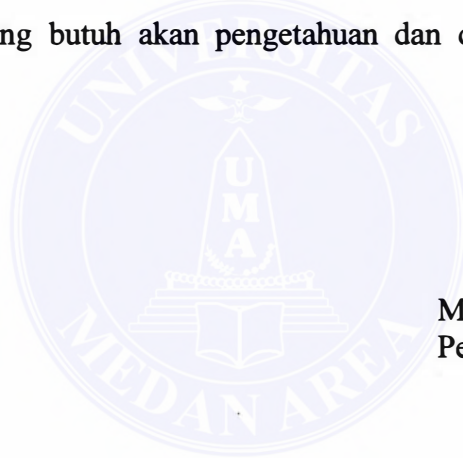
1. Bapak Prof. DR. A. Ya’kub Matondang, MA. Selaku rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. M. Husni Thamrin Nst, Msi, selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Ibu Dra. Effiati J. Hasibuan selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I penulis.
4. Bapak Drs. H. Hottob Harahap Msi, selaku Dosen Pembimbing II penulis, juga sekaligus sebagai sumber inspirasi bagi penulis dalam penelitian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staf administrasi FISIPOL UMA
6. Seluruh keluarga dan kedua orang tua terutama Mamiku cayang (Soetyah), dan Bapak (Arie Suriyatno Zaen), buat seluruh doa, restu, kasih sayang, dukungan moril maupun materil yang tidak pernah henti dan tidak pernah ternilai harganya.

7. Kakakq cayang Listya (biasa aku panggil “Tais”), *thanks for everthing*, karena tanpa dirimu penulis belum tentu bisa menyelesaikan skripsi ini. *I Luv U Tais*
8. Adikq tercinta Heru yang sedikit nakal tapi baik hati, moga cepat nyusul seperti kakak-kakaknya. Amin...
9. *My Brother In Law* Mas Hendro dan Keluarga di Jakarta, terimakasih atas doa dan dukungannya.
10. Om Eko, Om Tello, Bule’ Sudar dan Bule’ Nisa juga bersama keluarga kecilnya, atas kepeduliannya kepada keluarga. Serta sepupu-sepupu ku yang memberi banyak *joy and happiness* bagi hari-hari penulis, khususnya Ayu yang imoet dan Lia kecil yang centil.
11. Teh Inge’ dan keluarga kecilnya yang selalu siap memberikan masukan juga dukungannya buat penulis.
12. Suamiq Tercinta Mas Hadi *that was relaxed but firm*, atas kesetiiaannya dan segala pengorbanannya kepada penulis. Juga buat keluarga *thanx* atas pengertiannya.
13. Tiga sahabat ku khususnya kak Ijun ( Junaidi Afdillah, SE ) yang selalu *positive thinking*, kak Lukmanul Hakim, S.P dan Yudo Debi Ferial, SE, *thanks for advice and his prayer*.
14. Cah Jogja (Mas Juaker), terimakasih atas pengorbanan waktunya untuk mencari buku-buku yang penulis butuhkan dan yang selalu memberi motivasi. Dan untuk keluarga di Jogja terimakasih atas doanya.
15. Keluarga besar radio Suara Medan, terutama Bapak Ahmad Haris Nasution selaku Direktur Utama PT. RBJSM. Juga kepada pak Pasha selaku manager (yang *friendly* habis), dan pak Jojo (yang baik banget), serta para karyawan radio Suara Medan yang berkesempatan meluangkan waktu kepada penulis dalam memberikan banyak masukan dan informasi.
16. Temen-temen seperjuanganku di FISIPOL, khususnya buat *my best friend* Maulida Ikhwani alias Lipoet yang imoet (ngakunya), terimakasih atas kesetiakawanannya (walau kadang-kadang).Juga Wahidin (atas semangatnya),

Oli (yang digosipkan sombong padahal baik hati), Devi (atas semuanya), Eko (kenangan di BB), Kak Rachel, Bank Ian (yang sok guanteng), Kak Ima (yang terus nambah anak), Mayardi (yang sok pinter sendiri), Wiwik, Putra Indosat, Wira, Bank Cris, Bu Sri, Pak Tarigan, Pak Usman dan lainnya yang tidak tersebut disini tapi selalu di hati. Terimakasih atas semua dukungannya dan semangat yang kalian berikan kepada penulis.

Penulis sadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran bagi penyempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Juga semoga penelitian ini membuahkan hasil yang bermanfaat untuk mahasiswa di FISIPOL UMA, dan Radio Suara Medan sebagai obyek penelitian. Serta bagi siapa saja yang butuh akan pengetahuan dan dapat menjadi inspirasi dengan cara apapun.



Medan, Mei 2008  
Penulis

Sukmawati

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Kegunaan Penelitian .....	5
F. Kerangka Pemikiran .....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS .....	9
A. Pengertian Selebaran .....	9
B. Pengertian Teori Respon Kognitif .....	9
C. Pengertian <i>Public Relations</i> .....	13
D. Strategi Perencanaan Iklan .....	24
E. Penumbuhan Sikap Melalui Iklan .....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	35
A. Metode Penelitian .....	35
B. Populasi dan Sampel.....	35
C. Metode Pngumpulan Data .....	37
D. Variabel dan Definisi Operasional .....	38
E. Metode Analisa Data .....	40

<b>BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Sekilas tentang PT. Radio Bonita Jaya Suara Medan .....	42
B. Latar Belakang Perusahaan.....	43
C. Jenis Segmen dan Siaran .....	44
D. Visi dan Misi PT. RBJSM .....	45
E. Struktur Organisasi .....	46
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASANNYA .....</b>	<b>47</b>
A. Analisa Data Responden .....	48
B. Analisa Data Penelitian .....	59
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>DAFTAR WAWANCARA .....</b>	<b>96</b>
<b>ANGKET .....</b>	<b>97</b>
<b>CODING SHEET .....</b>	<b>98</b>
<b>PROFIL PERUSAHAAN .....</b>	<b>99</b>
<b>SELEBARAN .....</b>	<b>100</b>
<b>PROFIL PENULIS .....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jenis Kelamin Responden .....	48
Tabel 2	Usia Responden .....	49
Tabel 3	Tingkat Pendidikan Terakhir Responden .....	51
Tabel 4	Pekerjaan Responden .....	53
Tabel 5	Penghasilan Responden Dalam Satu Bulan .....	54
Tabel 6	Status Pernikahan Responden .....	55
Tabel 7	Frekuensi Kedatangan Responden Ke Toko Kaset .....	56
Tabel 8	Petama Kali Responden Membaca Selebaran Di Toko Kaset .....	58
Tabel 9	Pendapat Responden Mengenai Kejelasan Isi Selebaran .....	59
Tabel 10	Pendapat Responden Mengenai Kelengkapan Informasi Selebaran .....	62
Tabel 11	Frekuensi Penayangan Selebaran Yang Di Baca Responden .....	63
Tabel 12	Cara Responden Membaca Selebaran .....	64
Tabel 13	Pendapat Responden Mengenai Penyajian Selebaran .....	66
Tabel 14	Ragam Pengetahuan Yang Di Peroleh Responden .....	72
Tabel 15	Kesukaan Responden Pada Informasi Yang Di Peroleh Dari Selebaran .....	73
Tabel 16	Ketertarikan Responden Pada Acara POLONIA .....	75
Tabel 17	Kesediaan Responden Setelah Membaca Selebaran .....	77
Tabel 18	Hubungan antara Jenis Kelamin dan Kesiediaan Responden Mendengarkan Acara POLONIA .....	81
Tabel 19	Pengetahuan Responden Mengenai Informasi Masalah .....	83
Tabel 20	Hubungan Antara Pendapat Responden Mengenai Kejelasan Susunan Tema dan Ketertarikan Pada Acara POLONIA .....	85
Tabel 21	Kesiediaan Responden Untuk Mendengarkan POLONIA .....	87
Tabel 22	Rasa Suka Responden Pada Informasi Dari Selebaran .....	88
Tabel 23	Kesiediaan Untuk Mendengarkan POLONIA .....	89
Tabel 24	Pengetahuan Responden Mengenai Masalah Yang Terjadi .....	90
Tabel 25	Tanggapan Responden Mengenai Kombinasi Warna .....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Model Respon Kognitif .....	7
Gambar 2	Proses Sikap Melalui Iklan .....	8
Gambar 3	Model Respon Kognitif .....	10
Gambar 4	Model Hirarki Efek .....	12
Gambar 5	Model Proses Tingkah Laku .....	31
Gambar 6	Variabel Penelitian .....	38
Gambar 7	Struktur Organisasi PT.RBJSM .....	46



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Radio merupakan bagian dari industri media massa yang saat ini telah mengalami perkembangan yang pesat. Pertumbuhan yang relatif cepat dari radio siaran di Indonesia sangat dipengaruhi oleh jumlah stasiun radio yang terus bertambah tiap tahunnya. Data yang didapat dari internet (<http://www.google.co.id>) akhir tahun 2007 tercatat lebih dari 2000 buah stasiun radio yang 1034 buah diantaranya adalah radio siaran swasta, dan sisanya radio pemerintah dengan jumlahnya yang kini terus bertambah, hal ini mengingat pengelolaan radio komersial telah menjadi bidang bisnis yang menguntungkan.

Berkembangnya stasiun radio komersial tentunya menimbulkan situasi yang kompetitif di antara pengelola radio siaran dalam merangkul sasaran khalayak pendengar, dimana khalayak pendengar akan sangat menentukan pangsa pasar dan meraup pemasang iklan sebagai pemasukan bagi stasiun radio. Kompetisi di antara sesama radio siaran akan semakin terasa apabila corak program yang ditayangkan dan khalayak yang ingin dijangkau oleh suatu radio relatif sama dengan radio lainnya, misalnya menjamurnya radio siaran swasta yang memilih Dangdut *Contemporary Hits Radio* (CHR) sebagai format siarannya dan beramai-ramai merebut sebanyak mungkin khalayak pendengar untuk kelas menengah kebawah.

Persaingan yang semakin ketat diantara radio siaran swasta untuk meraih segmen pendengar yang ingin diraih, mendorong para pengelola radio siaran untuk bekerja lebih keras, untuk itulah berbagai jenis program kegiatan yang menarik digelar oleh radio-radio siaran agar dapat menjaring pendengar yang lebih luas.

Berangkat dari situasi yang semakin kompetitif, maka dalam menayangkan acara-acaranya suatu stasiun radio mengadakan kegiatan promosi sebagai upaya untuk mendongkrak nama radio dan produk-produk acara yang dimilikinya, karena apabila hanya mengandalkan kegiatan diudara (*on air*) semata akan sulit bagi suatu radio untuk mengembangkan diri, oleh karena itu radio-radio swasta melakukan kegiatan promosi di luar radio seperti melalui majalah, surat kabar, televisi, selebaran, spanduk maupun *billboard*. Mengenai promosi Moore menyebutkan bahwa, "promosi merupakan aktivitas-aktivitas atau peristiwa-peristiwa yang direncanakan untuk menjamin dukungan atau pengakuan tentang diri, produk, lembaga atau gagasan" (Moore, 1988:5), dimana promosi itu sendiri dapat dilakukan dengan berbagai cara, namun yang saat ini lazim digunakan oleh radio-radio siaran adalah melalui kegiatan periklanan yang telah diakui memiliki kekuatan dalam meraih khalayak kegiatan periklanan itu sendiri dapat dilakukan melalui media komunikasi baik cetak maupun elektronik yang bertujuan agar khalayak mengetahui mengenai program acara yang ditawarkan oleh pihak pengelola suatu radio, sehingga pada saatnya akan terjaring khalayak pendengar untuk program yang ditawarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Purwanto dan Sulistyastuti, 2007, **Metode Penelitian Kuantitatif**, Bandung, Gava Media.
- Rahmat, Jalaludin, 2005, **Psikologi Komunikasi**, Edisi Revisi, cetakan ke-23, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_, 2004, **Metode Penelitian Komunikasi**, cetakan ke-11, Bandung, PT. Remajda Rosdakarya.
- Kasali, Frank, 1991a, **Advertising** ; Second Edition. London : Pitman Publisng.
- \_\_\_\_\_, 1991b, **Public Relations** ; Third Edition. London : Pitman Publising.
- \_\_\_\_\_, 1992, **Public Relations Techniques**. Oxford : Butterworth Heinemann.
- Aaker, David A dan Myer, 1983, **Advertising Management** ; Second Edition New Dehli : Prentice Hall of India.
- \_\_\_\_\_, 1975, **Advertising Management** ; Second Edition New Jersey : Prentice Hall INC.Englewood Cliffs..
- Abdurrachman, Oemi, 1986. **Dasar-dasar Public Relations**,Bandung, Remadja Karya CV.
- Effendy, Onong Uchjana, 1986, **Dimensi-dimensi Komunikasi**, Bandung, Remadja Karya CV.
- Arikunto, Suharsimi, 1998, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, Cetakan ke-8, Yogyakarta, Rineka Cipta.
- Riduwan, 2006, **Metode dan Tehnik Menyusun Thesis**, Alfabeta, Bandung,
- Abidin, Miranti, 1994, **Marketing Public Relations ; Upaya Memenangkan Persaingan Melalui Pemasaran Yang Komunikatif**, Jakarta, PT. Ikrar Mandiri.
- Burke, John.D, 1973, **Advertising In The Marketplace**, United States of America: Mc Graw Hill Book Company.
- Mar'at, 1982, **Sikap Manusia Perubahan dan Pengukurannya**, Jakarta : Ghalia.

Susanto, Astrid. S, 1974, **Komunikasi dalam Teori dan Praktek 1**, Bandung :  
Bina Cipta

\_\_\_\_\_, 1989, **Komunikasi dalam Teori dan Praktek**, Bandung  
Bina Cipta.

Moore, H. Frazier. 1998, **Humas ; Prinsip, Kasus dan Masalah 1**, Bandung :  
Remadja Karya.

Sudiana, Dendi, 1986, **Komunikasi Periklanan Cetak**, Bandung:Remadja Karya.

Sugiyono, 2005. **Memahami Penelitian Kualitatif**, Alfabeta, Bandung.

Nawawi, Hadari, 1995, **Metode Penelitian Sosial**, Yogyakarta. UGM Pers  
\_\_\_\_\_, SPSS Base 7,5 for Windows User's Guide, SPSSInc.

Al-Barry, 1994, **Kamus Bahasa Indonesia**, Bandung: Remadja Karya.

Internet :

<http://www.wikipedia.org/wiki/komunikasi>

<http://www.usahid.ac.id/upload/lifes/silamik/pdf>.

<http://www.google.co.id>



## ANGKET

No. Responden

1	2	3

### Petunjuk Pengisian

1. Bacalah baik-baik setiap pertanyaan dan pilihlah jawabannya
2. Beri tanda silang ( x ) pada tanda kotak di sebelah kiri jawaban yang paling sesuai menurut Bapak / Ibu / Saudara / i

### Data Responden

#### 1. Jenis Kelamin Bapak / Ibu / Saudara / i

1.  Pria
2.  Wanita

4

#### 2. Usia Bapak / Ibu / Saudara / i

1.  Kurang dari 15 tahun
2.  15 – 19 tahun
3.  20 – 24 tahun
4.  25 - 29 tahun
5.  30 – 34 tahun
6.  35 – 39 tahun
7.  Lebih dari 39 tahun

5

#### 3. Pendidikan terakhir Bapak / Ibu / Saudara / i

1.  SD tidak tamat
2.  SD tamat
3.  SLTP tidak tamat

4.  SLTP tamat
5.  SLTA tidak tamat
6.  SLTA tamat
7.  Program diploma tidak tamat
8.  Program diploma tamat
9.  Perguruan tinggi ( S1 ) tidak tamat
10.  Perguruan tinggi ( S1 ) tamat
11.  Lain – lain .....

6	7

4. Pekerjaan Bapak / Ibu / Saudara / i

1.  Pegawai Negeri
2.  Pegawai Swasta
3.  ABRI
4.  Wiraswasta
5.  Petani
6.  Pedagang
7.  Buruh
8.  Pensiunan
9.  Pelajar / Mahasiswa
10.  Belum bekerja
11.  Ibu Rumah Tangga
12.  Lain – lain ..... ( sebutkan )

8	9

5. Penghasilan Bapak / Ibu / Saudara / i

1.  Kurang dari Rp. 100.000,-
2.  Rp. 100.000,- \_ Rp. 200.000,-
3.  Rp. 201.000,- \_ Rp. 300.000,-

4.  Rp. 301.000,- \_ Rp. 400.000,-  
5.  Rp. 401.000,- \_ Rp. 500.000,-  
6.  Diatas Rp. 500.000,-

10

6. Status Pernikahan Bapak / Ibu / Saudara / i

1.  Belum menikah  
2.  Menikah  
3.  Cerai Hidup  
4.  Cerai mati

11

7. Bapak / Ibu / Saudara / i mengunjungi ” toko kaset ” ini dalam satu minggu :

1.  1 – 2 kali  
2.  3 – 4 kali  
3.  5 – 6 kali  
4.  Setiap hari

12

8. Bapak / Ibu / saudara / i membaca selebaran ”POLONIA”

di ”toko kaset” ini sejak :

1.  kurang dari 1 bulan yang lalu  
2.  2 - 3 bulan yang lalu  
3.  4 - 5 bulan yang lalu  
4.  Lebih dari 5 bulan yang lalu

13



9. Menurut Bapak / Ibu / Saudara / I, informasi selebaran

" POLONIA " dilihat dari segi :

Jelas	Kurang	Tidak
	jelas	jelas
( 1 )	( 2 )	( 3 )

- |                            |                          |                          |                          |                             |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 1. Nama Acara              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 14 |
| 2. Penyelenggara           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 15 |
| 3. Waktu penyelenggara     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 16 |
| 4. Pembawa acara           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 17 |
| 5. Edisi selebaran         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 18 |
| 6. Tema atau Judul masalah | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 19 |
| 7. Lain = lain .....       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 20 |

( sebutkan )

10. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/I, kelengkapan informasi pada selebaran "POLONIA" :

1.  Lengkap, isi materi pada selebaran sudah mencakup semua informasi mengenai gambaran acara "POLONIA".
2.  Kurang lengkap, isi materi pada selebaran mencakup Semua informasi mengenai gambaran acara "POLONIA"
3.  Tidak lengkap, isi materi pada selebaran mencakup Semua informasi mengenai gambaran acara " POLONIA "

21

11. Berapa kali Bapak / Ibu / Saudara / i membaca selebaran " POLONIA " di took kaset ini dalam seminggu :

1.  1 - 2 kali
2.  3 - 4 kali
3.  5 - 6 kali
4.  Setiap hari
5.  Lain-lain .....( sebutkan )

22

12. Bapak / Ibu / Saudara / i membaca selebaran ” POLONIA ”

dengan cara :

1.  Dibaca semua
2.  Hanya membaca informasi tentang acara  
”POLONIA” saja
3.  Hanya membaca isi tema / judul masalahnya saja
4.  Selintas, judul dan slogannya saja
5.  Lain-lain .....( sebutkan )

23

13. Menurut Bapak / Ibu / Saudara / i, penyajian selebaran

” POLONIA ” dilihat dari :

	Menarik ( 1 )	Kurang menarik ( 2 )	Tidak menarik ( 3 )	
1. Letak Nama Acara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 24
2. Letak informasi edisi Selebaran.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 25
3. Letak informasi waktu penyelenggara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 26
4. Letak informasi pembawa acara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 27
5. Letak susunan tema / judul masalah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 28
6. Penempatan slogan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 29
7. Kombinasi warna yang Dipilih	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 30
8. Bentuk - bentuk huruf yang digunakan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 31
9. Lain-lain ..... ( sebutkan )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 32