

PROMOSI MELALUI PENYEBARAN BROSUR

**(STUDI DESKRIPTIF TENTANG HUBUNGAN ANTARA PROMOSI MELALUI
BROSUR TERHADAP MINAT PELANGGAN LABORATORIUM PUPUK
PUSAT PENELITIAN KELAPA SAWIT MEDAN)**

SKRIPSI

Oleh:

SUSI ANDAYANI

Nim : 03.850.0013

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2009

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
 2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
 3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
- Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A.. Latar Belakang masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Pemikiran.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Komunikasi.....	13
B. Media cetak Brosur dan Faktor Yang Mempengaruhinya.....	15
C. Konsep Desain Brosur.....	18
D. Minat Pelanggan.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Populasi dan Sampel.....	24
B. Teknik Pengumpulan Data.....	25
C. Teknik Analisa Data.....	26
D. Variabel dan defenisi Operasional.....	27

BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Umum Perusahaan.....	29
	B. Pusat Penelitian Perkebunan Medan (Puslitbun Medan).....	29
	C. Pusat Penelitian Perkebunan Marihat Medan.....	31
	D. Pusat Penelitian Perkebunan Bandar Kuala.....	32
	E. Tugas.....	33
	F. Sarana.....	34
	G. Struktur Organisasi.....	35
BAB V	HASIL PENELITIAN DN PEMBAHASANNYA	
	A. Analisis Data Responden.....	36
	B. Analisis Hasil Penelitian.....	41
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	59
	B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ANGKET

CODING SHEET

BROSUR

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peningkatan pendapatan pada setiap tahunnya merupakan tujuan dari suatu badan usaha swasta maupun pemerintah yang menjual barang ataupun jasa. Promosi merupakan salah satu media untuk dapat mencapai peningkatan pendapatan tersebut dalam suatu lembaga. Begitu juga halnya dengan Pusat Penelitian Kelapa Sawit.

Laboratorium Pelayanan merupakan salah satu bagian dari bidang usaha Pusat Penelitian Kelapa Sawit dan merupakan salah satu sumber pendapatan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan, untuk itu lembaga ini juga melakukan promosi melalui brosur agar dapat meningkatkan pendapatan pertahunnya. Dengan banyaknya promosi melalui brosur yang di lakukan Pusat Penelitian Kelapa Sawit maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana bentuk pengaruh atau efek dari promosi melalui brosur yang di lakukan Pusat Penelitian Kelapa Sawit terhadap peningkatan jumlah contoh yang di terima laboratorium pelayanan, yang berpengaruh penting dalam peningkatan pendapatan pertahunnya.

Laboratorium Pelayanan Pusat Penelitian Kelapa Sawit terdiri dari beberapa Laboratorium analisis antara lain:

1. Laboratorium Tanah dan Daun
2. Laboratorium Pupuk

UNIVERSITAS MEDAN AREA
3. Laboratorium Minyak dan sawit

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

4. Laboratorium Air dan Limbah

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

Kegiatan operasional Laboratorium Pelayanan adalah memberikan jasa analisis dan pengujian mutu contoh daun, tanah, pupuk, pestisida, air dan limbah kepada pelanggan, terutama perusahaan perkebunan milik Negara, swasta/nasional, produsen pupuk, instansi pemerintah dan perorangan. Selain daripada itu juga bertugas secara aktif menunjang dalam program penelitian kelompok-kelompok peneliti di Pusat Penelitian Kelapa Sawit.

Rencana kerja kegiatan analisis setiap tahun dibuat secara beraturan dan terus-menerus dengan suatu pencapaian target tertentu, baik mengenai jumlah contoh maupun pendapatan yang diperoleh.

Laboratorium pupuk merupakan salah satu bagian dari Laboratorium Pelayanan. Tugas utama dari Laboratorium Pupuk adalah memberikan jasa analisis pupuk yang akan dipergunakan untuk pemupukan terutama perkebunan kelapa sawit.

Pupuk merupakan bahan yang terdiri dari unsur organik maupun unsur anorganik yang berfungsi sebagai salah satu sumber pemasukan unsur hara bagi tanaman. Pupuk berasal dari sisa tanaman, limbah atau kotoran hewan yang akan dapat diubah menjadi bahan-bahan organik tanah, yang lazim disebut pupuk alam atau pupuk organik. Sedangkan pupuk yang dibuat di industri pabrik disebut sebagai pupuk buatan atau pupuk anorganik.

Pupuk merupakan kunci kesuburan tanah karena berisi satu atau lebih unsur hara untuk menggantikan unsur yang terhisap habis oleh tanaman. Pupuk mengenal istilah unsur mikro dan makro, meskipun belakangan ini jumlah pupuk

UNIVERSITAS MEDAN AREA
cenderung makin beragam dan beraneka merek sehingga kita dapat terkecoh

karena kita tidak mengetahui jumlah unsur hara yang ada pada pupuk yang sangat dibutuhkan oleh tanaman.

Dalam arti luas, pupuk adalah suatu bahan yang digunakan untuk mengubah sifat fisik, kimia maupun biologi tanah sehingga lebih baik pertumbuhan tanaman. Termasuk dalam pengertian ini adalah pemberian bahan kapur dengan maksud untuk meningkatkan pH tanah yang asam, pemberian legin bersama benih dan pemberian pembenahan tanah (*soil conditioner*) untuk memperbaiki sifat tanah. Tujuan analisis terhadap pupuk untuk mengetahui unsur hara tertentu yang terdapat dalam pupuk, seperti Nitrogen, Fosfor, Kalium, Kalsium, Magnesium, Kadar air dan Boron.

Pupuk dapat diklasifikasikan berdasarkan kandungan unsur hara, reaksi kimia, serta berdasarkan pembuatannya.

1. Berdasarkan kandungan unsur Hara dapat dibagi menjadi:

1. Pupuk tunggal

Dikatakan pupuk tunggal karena unsur haranya hanya satu jenis. Kedalam pupuk tunggal ini ada tiga macam pupuk yang dikenal di pasaran, yaitu pupuk yang unsur hara utamanya Nitrogen, Fosfor, Kalium dan Magnesium.

2. Pupuk Majemuk

Pupuk majemuk merupakan pupuk campuran yang sengaja dibuat oleh pabrik dengan cara mencampurkan dua atau lebih unsur hara. Misalnya, pupuk Nitrogen dicampur dengan fosfat menjadi pupuk NP, dan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan untuk tujuan pendidikan atau penelitian harus mencantumkan nama dan alamat pengutip

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

dicampurkan lagi dengan pupuk kalium menjadi pupuk NPK. Kandungan

unsur hara ini lebih lengkap dibandingkan dengan pupuk tunggal. Dewasa

ini, pupuk majemuk lebih disukai oleh para petani dibanding dengan pupuk tunggal.

2. Berdasarkan reaksi kimia, dibagi menjadi:

- 1 Pupuk asam, seperti Ammonium Sulfat(ZA) dan Urea.
- 2 Pupuk Netral, seperti kapur CaCO_3 .
3. Pupuk basa, seperti NaCO_3 .

3. Berdasarkan Pembuatannya, dibagi menjadi:

- 1 Pupuk alam atau pupuk organik, yaitu pupuk yang tidak dibuat dari pabrik. Pupuk ini dicirikan dengan kelarutan unsur haranya yang rendah di dalam tanah. Biasanya penggunaan pupuk ini bertujuan untuk memperbaiki sifat fisik dan biologi tanah.
- 2 Pupuk Buatan atau pupuk anorganik, yaitu pupuk yang dibuat dari pabrik. Umumnya kandungan unsur hara dan kelarutannya tinggi. Berguna untuk memperbaiki sifat tanah, misalnya : Urea, TSP dll.

4. Pupuk Organik

Pupuk organik atau pupuk alam merupakan hasil-hasil akhir dari perubahan atau penguraian bagian-bagian atau sisa tanaman dan binatang. Misalnya pupuk kandang, pupuk hijau, pupuk kompos dll.

5. Pupuk Anorganik

Pupuk anorganik atau pupuk buatan yang merupakan hasil industri atau hasil pabrik pembuatan pupuk. Pupuk buatan umumnya mengandung unsur hara yang tinggi, dan sangat dikenal serta disukai.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Ini dikarenakan, penyediaan pupuk anorganik bagi para pemakaiannya

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

dapat meminangkan ongkos-ongkos angkutan, mudah didapat dan

disimpan lama, serta konsentrasi unsur hara bagi pertumbuhan dan perkembangan tumbuhan ternyata tinggi.

Karena begitu pentingnya pupuk bagi pertumbuhan tanaman dan harga jual pupuk yang selalu naik maka baik pabrik, distributor, pembeli atau petani selalu menggunakan jasa analisis laboratorium pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan. Dan dalam meningkatkan jumlah contoh yang berdampak pada peningkatan pendapatan Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian kelapa sawit Medan maka dilakukan promosi melalui penyebaran brosur.

Kegiatan promosi menjadi penting karena dengan promosilah akan didapatkan instansi baik pemerintah dan swasta yang akan menggunakan jasa analisis Laboratorium Pelayanan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan. Seperti yang dikatakan Effendi (1989:287) bahwa promosi berasal dari bahasa latin *promotion* dari kata kerja *promovere* yang berarti menggerakkan ke depan. Jadi promosi adalah kegiatan meningkatkan sesuatu sehingga menjadi lebih banyak, lebih tinggi, lebih bermutu, lebih laku dan sebagainya.

Beberapa bentuk promosi telah dilakukan Laboratorium Pelayanan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan guna mendongkrak citra dan integritas Laboratorium Pelayanan dan sekaligus menarik perhatian dan minat orang untuk menggunakan jasa analisis Laboratorium Pelayanan. Beberapa bentuk promosi yang dilakukan adalah melalui media massa, brosur, website, *sales promotion*, publikasi dan juga melalui *personal selling* dari Manajer Laboratorium serta para personil Laboratorium Pelayanan sendiri. Tetapi dalam penelitian ini yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
menjadi sorotan penulis adalah promosi melalui penyebaran brosur.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

Sampai dengan saat ini Laboratorium Pelayanan sudah menerima ribuan sampel baik dari pemerintah maupun swasta. Laboratorium Pelayanan tidak hanya menyediakan pelayanan jasa analisis tetapi juga kerjasama dengan penelitian, perguruan tinggi negeri dan swasta serta sekolah kimia analisis atau analisis kimia dalam program Praktek Kerja Lapangan (PKL) ataupun penelitian untuk mahasiswa.

Peningkatan pendapatan setiap tahunnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL DATA PENDAPATAN LABORATORIUM PUPUK PPKS MEDAN

TAHUN	JUMLAH CONTOH YANG DITERIMA	JUMLAH PENDAPATAN YANG DITERIMA
2003	860	Rp 140.229.000
2004	988	Rp 209.590.000
2005	813	Rp 182.783.800
2006	916	Rp 224.093.000
2007	894	Rp 210.198.000
JUMLAH	4.471	Rp 966.893.800

Gambar 1 : Data pendapatan Laboratorium Pupuk PPKS Medan

Sumber : Administrasi Laboratorium Pelayanan PPKS Medan

Melihat dari frekuensi penerimaan contoh dalam tabel diatas maka pada saat ini adalah merupakan hal yang penting untuk mengadakan kegiatan promosi guna dapat menjaring pelanggan untuk menggunakan jasa analisis Laboratorium Pelayanan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan. Walaupun terdapat penurunan pendapatan pada tahun 2007 yang disebabkan oleh naiknya harga pupuk bersubsidi dan banyaknya lahan sawit yang diregenerasi oleh pemilik kebun

Dalam hal ini promosi diharapkan akan berdampak terhadap peningkatan jumlah sampel dan pendapatan yang lebih banyak. Hal ini menarik bagi penulis untuk mengadakan penelitian ini adalah berangkat dari kondisi dan keberadaan Laboratorium Pelayanan yang dari beberapa tahun yang terlihat selalu ada peningkatan dari tahun ketahun. Maka penulis tertarik untuk meneliti dampak dari pada promosi melalui penyebaran brosur terhadap minat pelanggan untuk menggunakan jasa analisis Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi pokok permasalahan dalam hal ini adalah : "Apakah terdapat hubungan antara promosi melalui penyebaran brosur terhadap minat pelanggan Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan".

C. Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian ini menjadi jelas, terarah dan tidak terlalu luas maka perlu dibuat suatu pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada Laboratorium pupuk.
2. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah terbatas pada Iklan melalui penyebaran brosur.
3. Sample dalam penelitian ini berjumlah 98 orang dengan kriteria pelanggan yang masih aktif menggunakan jasa analisis laboratorium

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan pelanggan tentang kegiatan promosi yang sudah dilakukan Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan.
2. Untuk mengetahui bagaimana minat pelanggan untuk menggunakan jasa analisis Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan.
3. Untuk mengetahui hubungan antara promosi melalui penyebaran brosur terhadap minat pelanggan untuk menggunakan jasa analisis pada Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan.

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Secara akademis, penelitian ini dapat disumbangkan kepada FISIP UMA khususnya jurusan Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya bahan penelitian dan sumber bacaan.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi Laboratorium Pelayanan didalam meningkatkan promosi melalui brosur.
3. Secara teoritis, penelitian ini dapat disumbangkan kepada pembaca untuk lebih mengetahui kajian tentang promosi dan teori yang mendukungnya.

E. Kerangka Pemikiran

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan untuk memecahkan atau menyorot masalah. Untuk itu perlu disusun kerangka teori yang

memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari mana masalah penelitian

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menyalin dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

Dengan demikian, teori-teori tentang komunikasi periklanan menjadi pokok pembahasan sebagai pedoman untuk pembahasan selanjutnya.

Para ahli komunikasi, cenderung untuk berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik menggunakan A-A Procedure atau *from attention to Action Procedure*. A-A Procedure sebenarnya penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA yaitu :

- A : *Attention* (Perhatian)
 I : *Interest* (Minat)
 D : *Desire* (Hasrat / keinginan)
 D : *Decision* (Keputusan)
 A : *Action* (Kegiatan / Tindakan)

Dalam model A – I – D – D – A ada hal utama yang harus dilakukan yaitu membangkitkan dan menumbuhkan perhatian dari komunikan. Dalam hal ini berhasil atau tidaknya perhatian sangat dipengaruhi oleh *attractiveness*.

Menurut Wilbur Schramm (dalam Effendy) perhatian adalah efek dalam tahap permulaan pada diri komunikan.

Berhasil atau tidaknya menarik perhatian tersebut sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

1. Kemampuan komunikator dalam menguasai pesan.
2. Kemampuan berempati.
3. Komunikator adalah orang yang ahli dalam bidangnya.

Komunikasi yang diawali dengan membangkitkan perhatian akan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

merupakan suksesnya komunikasi. Selama ini Laboratorium Pelayanan Pusat

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

Penelitian Kelapa Sawit Medan telah membuat brosur yang berisi tentang jasa

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

analisis yang ada pada Laboratorium Pelayanan Pusat Penelitian Kelapa sawit Medan dan juga biaya dari setiap parameter uji dan alat yang digunakan dan juga jumlah analisisnya.

Apabila perhatian komunikan telah terbangkitkan hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*) yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Jika hanya ada hasrat saja pada diri komunikan bagi komunikator belum apa – apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*) yakni keputusan untuk melakukan kegiatan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator, (Effendi, 1993 : 304).

Pada proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar – benar melebihi dari apa yang didalamnya. Hovland, Janis dan Kelly (Mar'at, 1084 : 10) menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting, yaitu : perhatian, pengertian dan penerimaan.

Perubahan sikap yang dialami oleh komunikasi dapat berupa :

1. Pengaruh Kognitif

Perubahan yang berkaitan dengan pikiran, nalar atau rasio. Dengan pengaruh ini di harapkan komunikan yang semula tidak tahu membedakan mana yang salah atau benar menjadi tahu.

2. Perubahan Afektif

Perubahan yang berhubungan dengan perasaan misalnya yang semula tidak menyenangi sesuatu hal menjadi senang.

3. Perubahan Behavioral

Perubahan itikad untuk berperilaku tertentu dalam arti karena melakukan suatu tindakan atau kegiatan yang bersifat fisik atau jasmani. Perubahan sikap /

behavioral dalam penelitian ini adalah perubahan pada para pelanggan Laboratorium Pelayanan Pusat penelitian Kelapa Sawit Medan.

Sehubungan dengan penelitian ini yang bertindak sebagai komunikator adalah Laboratorium Pupuk Pusat penelitian Kelapa Sawit Medan dalam rangka menyebarluas promosi – promosinya melalui penyebaran brosur. Dalam penelitian ini yang menjadi perhatian bagi calon pelanggan baru adalah bentuk – bentuk promosi melalui penyebaran brosur yang dikemas Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan. Sehingga menimbulkan minat calon pelanggan baru dan mempunyai keinginan untuk mencari informasi dengan mendatangi Laboratorium Pupuk Pusat penelitian Kelapa Sawit Medan dan selanjutnya dapat membuat keputusan untuk segera menggunakan jasa analisis Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan.

Komunikasi melalui media seperti brosur merupakan sarana yang penting didalam menyampaikan sesuatu pesan kepada komunikan yang dituju. Dengan adanya brosur diharapkan bahwa pelanggan dapat mengetahui jasa-jasa analisa biaya analisa untuk setiap parameternya, fasilitas yang mendukung kegiatan analisa, serta tenaga ahli yang terlibat dalam Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan serta cara mempeoleh layanannya.

Dengan adanya promosi melalui brosur maka diharapkan dapat meningkatkan minat pelanggan dalam menggunakan jasa analisis Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa sawit Medan. Dalam penelitian ini terlihat dampak dari sebelum adanya brosur pada tahun 2003 dengan dibuatnya brosur

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan dasar dari eksistensi suatu masyarakat dan menentukan pula struktur masyarakatnya. Hubungan antar manusia didasarkan kepada komunikasi. Komunikasi merupakan mekanisme ataupun alat dalam pengoperasian rangsangan yang mempunyai arti didalam hubungan yang terjadi dan berlangsung didalam masyarakat, baik didalam kehidupan sosial ataupun dalam proses sosial. Disaat proses komunikasi saling pengaruh mempengaruhi merupakan bagian yang terpenting untuk membentuk persamaan pengertian yang disebabkan karena adanya perbedaan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh masing – masing pihak.

Dengan mekanisme komunikasi maka manusia memberitahukan dan menyebarkan apa yang dirasakan dan apa yang diinginkannya (Susanto, 1992 : 1)

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 1990 : 9)

Carl I Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai proses yang berlangsung dimana seseorang dalam hal ini disebut sebagai menyampaikan pesan untuk mengubah tingkah laku orang lain dalam hal ini disebut komunikan, (Effendy, 1993 : 10)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

Menurut Effendy (1986 : 69) komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan yang menimbulkan efek. Adapun efek ini timbul pada diri komunikan sebagaimana diharapkan oleh komunikator.

Sedangkan menurut *Shannon* dan *Weaver* (dalam Fisher, 1986 : 10) komunikasi adalah mencakup semua prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi orang lain.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat dikemukakan secara umum bahwa komunikasi pada hakekatnya merupakan proses penyampaian pesan melalui penggunaan simbol atau lambang oleh komunikator yang dapat menimbulkan efek tertentu seperti mengubah tingkah laku orang lain yang dalam hal ini disebut komunikan dimana hal tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan media tertentu.

Selanjutnya untuk mengetahui komunikasi yang dilakukan secara efektif dapat dilihat dari paradigma yang dikemukakan oleh *Harold Lasswell* yaitu bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan seperti berikut yaitu “ *Who says what in which channel to whom with what effect* “

Dimana paradigma *Lasswell* tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 (lima) unsur sebagai bagian dari jawaban dari pertanyaan yang diajukan, dimana unsur – unsur tersebut terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator, sourcen sender*)
2. Pesan (*message*)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

3. Media (*channel, media*)

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Menyalin sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

5. Efek (*effect, impact*)

Berdasarkan paradigma *Lasswell* tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Dalam penelitian ini komunikasi bukan hanya untuk menyampaikan pesan atau informasi. Komunikasi yang berbentuk promosi yang dilakukan oleh Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit bukan hanya bertujuan supaya orang lain mengerti dan memahami saja, tetapi juga agar dapat merubah tingkah laku komunikan sesuai yang diinginkan komunikator yaitu segera mencari informasi tentang Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit dan segera mengirimkan contohnya untuk dianalisis agar diketahui mutu atau kandungan unsur hara dari contoh tersebut.

B. Media Cetak brosur dan Faktor Yang Mempengaruhinya

Media cetak disediakan untuk mempengaruhi bahan kebutuhan para konsumen atau komunitas masyarakat tertentu yang memerlukan dan mengambil manfaat dari adanya informasi.

Seseorang yang menyiapkan informasi untuk konsumen hendaknya bertanya pada diri sendiri tentang :

1. Untuk siapa media cetak itu disiapkan
2. Apakah calon pembaca mengetahui pokok yang dibahas
3. Informasi apa yang dapat disampaikan untuk dapat menambah ilmu pengetahuan calon pembaca
4. Kebijakan apakah yang dapat membawa perubahan
5. Apakah keputusan itu mungkin dapat diterapkan

Untuk dapat menjawab pertanyaan – pertanyaan ini, maka perencanaan yang baik perlu dipersiapkan, yaitu :

1. **Harus menentukan dengan pasti tingkat umur, latar belakang dan jenis kepentingan mereka**

2. **Menyediakan outline termasuk rencana ilustrasi**

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area.

3. Mengumpulkan bahan yang akan disajikan
4. Mengembangkan dan mengorganisasikan ide dan informasi kedalam bentuk tulisan. Tulisan yang efektif kalimatnya sederhana, dan paragrafnya pendek.
5. Pola; organisasikan ide dan pertanyaan kedalam bagian-bagian yang masing-masing bahan mudah dicerna. Alinea yang tidak terlalu panjang atau pendek, setiap alinea any megandung satu maksud, urutan kronologi yang mudah dimengerti (Hamundu , 1994)

Salah satu media cetak yang digunakan oleh Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa sawit Medan sebagai alat memberikan informasi akan pentingnya mengetahui kandungan unsur hara dari pupuk yang akan dipergunakan dalam pemupukan adalah brosur. Brosur merupakan bahan cetakan yang berisikan gambar atau tulisan seperti halnya leaflet dan folder, brosur juga dimaksudkan untuk mempengaruhi ilmu pengetahuan dan keterampilan sasaran tetapi pada tahap menilai, mencoba , dan menerapkan.

Media cetak (seperti brosur, leaflet, surat kabar dan majalah merupakan visualid) yang berfungsi sebagai bahan publikasi untuk menyebarluaskan informasi/ berita, khususnya kepada masyarakat ramai yang menaruh minat terhadap segala informasi yang diberikan di dalam brosur yang dterima.

Sedangkan **Hanafi** (1986)mengemukakan ada beberapa keunggulan media cetak yaitu :

1. Orang yang membacanya dapat mengukur kecepatan membacanya, berhenti sejenak untuk memikirkan apa yang sedang dibaca dan mengulangi kalimat-kalimat yang dipandang penting.
2. Dapat menyimpan fakta – fakta, gambar-gambar dan memiliki kemampuan dalam mengatasi selektifitas.

Selanjutnya **Khamat** 1980 (dalam Kushartini, 2001) mengemukakan sembilan butir keunggulan media cetak yaitu :

1. Merupakan media tertulis yang dapat mencapai sasaran yang luas pada masyarakat pembaca.
2. Merupakan alat yang efektif untuk menyampaikan pesan.
3. Dapat diproduksi menurut kebutuhan serta relative murah biayanya.

4. Merupakan alat informasi yang tepat dan akurat, yang dalam waktu singkat dapat sampai sasaran.

5. Apabila disusun secara tepat, dapat menarik dan menyenangkan pembacanya.
6. Dapat digunakan sebagai alat untuk melestarikan dan meningkatkan tugas harian dari pembacanya.
7. Merupakan alat untuk mengadakan kontak secara tetap dan bersambung.
8. Dapat digunakan untuk menampilkan prestasi tokoh-tokoh masyarakat setempat dan masyarakat pada umumnya.
9. Merupakan alat yang tepat untuk melestarikan dan meningkatkan kemampuan membaca dan menulis masyarakat.

Namun demikian media cetak tersebut memiliki beberapa kelemahan yaitu :

1. Kurang tepat bila digunakan pada masyarakat yang memiliki tingkat baca rendah atau buta huruf.
2. Kurang cepat mencapai sasaran, apabila dipakai sebagai satu-satunya teknik untuk menyampaikan pesan di daerah pedesaan.
3. Apabila tidak dipersiapkan secara seksama dan hati-hati justru akan kehilangan arti maksud dan tujuannya.

Rachmat 1991 (dalam Kushartanti, 2001) media cetak mempunyai sifat atau arah artinya tidak ada reaksi antara pesan – pesan komunikasi dan bersifat terbuka artinya ditujukan kepada *public* yang secara geografi tersebar.

Oleh sebab itu media cetak tidak pernah memaksakan kehendaknya khususnya media cetak selebaran kepada pembacanya. Berkaitan dengan efek dari media cetak akan sangat tergantung dari sasaran atau penggunaannya. Sebab efek tidak ada seandainya sasaran atau pengguna tidak menyukai media tersebut, meskipun media itu syarat akan informasi dan ilmu pengetahuan.

Dalam penggunaan media cetak brosur sebagai media komunikasi, ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar mampu mempengaruhi minat serta ilmu pengetahuan masyarakat :

- a. Gaya bahasa, kata-kata dan istilah harus mudah dimengerti, kalimatnya ringkas dan jelas sesuai dengan tingkat kemampuan sasaran.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

b. **Sebaiknya kata yang tertulis dilengkapi dengan gambar atau foto agar**

lebih jelas dan mudah dimengerti

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

- c. Tulisan atau materi yang disajikan, harus bersifat nyata, baik, dan menguntungkan sesuai dengan kebutuhan sasaran.
- d. Harus mengandung daya penarik pembaca, kertas yang baik, berwarna, bergambar dan bentuknya yang menarik untuk dibaca.

Menurut **Hanafi (1986)** mengemukakan yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan keefektifan media cetak yaitu :

- a. Dalam menyampaikan kode, pesan yang merupakan sekumpulan simpul hendaknya disusun sedemikian rupa, sehingga bermakna bagi sasaran.
- b. Isi pesan hendaknya merupakan materi/ bahan yang dipilih, dan
- c. Wujud pesan adalah bentuk pesan yang dipilih sumber (komunikator)

Selanjutnya menurut **Kelsey dan Hearne 1995 (dalam Kushartanti, 2001)** menyatakan bahwa untuk meningkatkan keefektifan media cetak disarankan agar media :

- a. Menyajikan topik yang sesuai dengan kebutuhan yang dianggap penting dan mendesak serta dapat diterapkan oleh masyarakat
- b. Menyajikan materi yang sesuai dengan masalah, minat dan tingkat pendidikan pembaca.
- c. Menghindari konsep yang sukar.
- d. Menyusun fakta secara logis sehingga pembaca dapat mengikuti secara bertahap
- e. Menggunakan ilustrasi foto dan gambar yang sesuai.

Isi pesan yang akan disampaikan harus sesuai dengan kemampuan daya serap pembaca, dengan bahasa yang setingkat dengan pengertian mereka, dengan pilihan pesan yang diminati dan menggunakan media yang mereka kenal dan menarik. Karakteristik brosur itu sendiri (bahasa yang mudah dipahami, sesuai kebutuhan, dan penyajian yang menarik) dapat diserap oleh sasaran sangat dipengaruhi oleh faktor internal masyarakat yaitu ilmu pengetahuan, motivasi kerja dan sikap damai pada masyarakat itu sendiri.

C. Konsep Desain brosur

Secara mendasar, brosur merupakan sebuah alat komunikasi antara produsen dan konsumen. Melalui brosur ini, produsen dapat menjelaskan keunggulan, spesifikasi, dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Eksekusi akhir dari sebuah brosur adalah mengarahkan (merayu) konsumen untuk membeli produk yang ditawarkannya.

Tentunya untuk membuat brosur yang baik, dibutuhkan kecermatan dan ketelitian didalam merancang sebuah brosur. Unsur yang cukup penting diperhatikan didalam proses perancangan brosur adalah penempatan material desain, mulai dari objek gambar, teks (informasi) dan unsur-unsur lainnya seperti jenis kertas dan potongan kertas/ ukuran kertas dan lain sebagainya. Namun tak kalah pentingnya tentang aturan dasar dalam pembuatan brosur . Adapun aturan yang paling sederhana dalam pembuatan brosur adalah :

1. Sederhana
2. Kontras dan proporsional
3. Semua orang dituju

Tiga kata ini akan menjadikan desain brosur yang dibuat akan menjadi baik, bahkan cukup baik. Berikut uraian dari ketiga kata diatas :

- Sederhana

Sebuah brosur yang baik akan patuh pada kata ini, sederhana. Darimana sebuah brosur dinilai sederhana dan tidak sederhana? Itu mudah.

Kesederhanaan dan ketidaksederhanaan dapat dilihat dari penggunaan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

objek desain yang akan digunakan. Terlalu banyak gambar, bisa jadi

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

membuat brosur yang dibuat tidak menarik sama sekali, dan penuh sesak

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber.
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah.
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area.
Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

dengan gambar. Begitu juga brosur yang terlalu banyak teks, maka pelanggan akan dibuat pusing melihat teks pada brosur yang dibuat. Demikian juga dengan warna. Terlalu banyak warna yang digunakan, maka pelanggan akan terperangah dengan warna yang digunakan dalam membuat brosur.

Adapun kesederhanaan dalam merancang brosur jawabnya ada di dalam poin 2, yaitu kontras dan proporsional.

- **Kontras dan Proporsional**

Hal terpenting didalam merancang sebuah brosur adalah kemampuan kita didalam memadukan seluruh unsur objek desain, mulai dari objek gambar, teks dan warna. Jika kita telah mengetahui kebutuhan material objek desain, maka selanjutnya kita tinggal memposisikan dimana baiknya sebuah objek gambar diletakkan, secara kontras dan proporsional.

Pada langkah aplikasi nilai kontras dan proporsional, terletak pada teknis desain pada komputer. Disinilah kemampuan kita ditantang untuk memadukan seluruh bahan desain yang tersedia. Tingkat jam terbang membuat brosur ini akan menjadi salah satu penentu dalam membuat desain selebaran. Dari sana, nilai kontras dan proporsional akan tampak.

- **Semua Orang Setuju**

Jika telah dilakukan langkah-langkah diatas, dan brosur yang dibuat telah rampung, maka saatnya brosur ini dipublikasikan. Maksudnya perlihatkan brosur itu kepada orang lain. Jika dua atau tiga orang disekitar kita

UNIVERSITAS MEDAN AREA

mengatakan bahwa brosur yang dibuat bagus, berarti brosur itu memang

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

bagus. Pakta di lapangan, desain yang baik (bukan hanya brosur) akan

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber.
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah.
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area.

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

disetujui oleh orang lain, tidak hanya teman atau tetangga saja, tapi orang yang tidak mengenal kita pun akan mengatakan hal yang sama, “brosur itu memang bagus”. Dan semua orang setuju kalau brosur yang dibuat itu memang bagus.

Namun yang tak kalah pentingnya diluar desain sebuah brosur adalah jenis kertas dan ukuran brosur itu sendiri. Dimana brosur adalah salah satu karya desain dengan penyajian berupa kertas. Tentunya brosur yang telah dikerjakan diberikan kepelanggan begitu saja. Brosur berupa kertas harus didesain sesuai dengan kebutuhan. Desain yang baik tidak akan tersampaikan dengan baik, tanpa pengemasan yang baik pula.

D. Minat Pelanggan

Untuk mencapai keberhasilan memasarkan suatu produk tidaklah demikian mudah. Memasarkan produk bukan hanya sekedar”menjual”nya, atau menukarkan dengan sesuatu. Memasarkan produk adalah memenuhi kehendak dan kebutuhan pembeli, sehingga tercipta kepuasan pada kedua pihak. Karena itu dalam dunia pemasaran, konsumen sudah lebih banyak dianggap sebagai”partner” perusahaan sehari-hari.

Konsumen akhir pada dasarnya adalah konsumen yang membeli suatu produk untuk memuaskan kebutuhan dirinya sendiri, tidak untuk dijual atau diproses kembali. Adalah suatu cara untuk memahami perilaku pembelian para pembeli (konsumen) adalah dengan mempelajari faktor-faktor yang menjadi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

pendorong bagi seseorang serta respons mereka terhadap faktor tersebut

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

Konsumen potensial terpengaruh oleh berbagai faktor pendorong termasuk

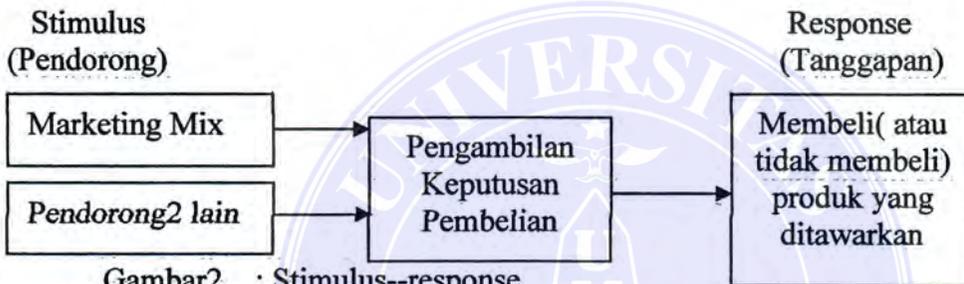
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

pemasaran mix yang dilakukan oleh penjual. Berbagai faktor tersebut menyatu dalam pikiran konsumen, diolahnya sedemikian rupa sampai akhirnya ia membuat keputusan pembelian, serta respons yang ia berikan terhadap faktor-faktor pendorong (stimulus) tersebut berupa tindakan membeli (atau tidak membeli) produk yang ditawarkan. Model stimulus- response ini dapat digambarkan sebagai berikut (gambar)



Gambar2 : Stimulus--response

Dalam model ini yang diamati dan dipelajari dengan seksama adalah apa yang menjadi pendorong konsumen dalam membuat keputusan pembelian mereka. Atau dengan kata lain dipelajari hubungan antara faktor-faktor pendorong yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan respons atau tanggapan mereka terhadap faktor-faktor tersebut.

Dapat dikatakan bahwa setiap orang mempunyai stimulus – faktor yang berbeda dengan yang dimiliki orang lain. A membeli barang ditoko X karena terdorong oleh pilihan yang lengkap ditoko tersebut, sedangkan B oleh harga yang relatif murah. Ini baru ditinjau dari sudut pemasaran mix, belum dari sudut lain. Tentu saja akan sulit bagi penjual untuk mengamati konsumen satu demi satu, meskipun hal akan mendatangkan manfaat besar bagi perusahaan. Sehingga biasanya penjual mengamati kelompok demi kelompok, lingkungan demi lingkungan, yang mempengaruhi tingkah laku konsumen tertentu.

”Kedudukan” yang mempengaruhi response seseorang:

Manusia (konsumen) akan memberikan tanggapan terhadap suatu faktor (pendorong) berdasarkan”kedudukan”nya. Dengan kata lain, respons yang diberikan seseorang akan sangat tergantung pada posisi yang menjadi latar belakang mengapa ia memberi respons tersebut.

Sebagai contoh sederhana, seseorang sebagai individu sekaligus sebagai anggota keluarganya. Akibatnya segala keputusan dan tanggapannya akan sangat terpengaruh pada kedudukan atau posisinya tersebut. Keputusannya akan ditentukan (salah-satunya) oleh dari keluarga mana ia berasal, ditinjau dari jumlah anggota keluarga , tingkat pendapatan, pengaruh di keluarga tersebut dan sebagainya. Selain itu pada saat yang sama ia juga anggota suatu organisasi, sebagai seorang karyawan, dan sekaligus sebagai anggota perkumpulan olah raga. Ia tinggal di suatu daerah yang mempunyai latar belakang kebudayaan tertentu yang mau tidak mau memengaruhi berbagai pertimbangan dan keputusannya. Dengan demikian lengkaplah”kedudukan”seseorang yang tentu saja kompleksitasnya berbeda-beda antara satu orang dengan yang lainnya.

Keputusan, bagaimana pun harus tetap dibuat oleh seseorang. Disinilah terjadi proses pertimbangan semua faktor yang mengelilinginya. Ia bertindak sebagai pembuat keputusan pembelian; dan kemudian bersama-sama dengan individu-individu lain mereka membentuk permintaan terhadap suatu produk.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu metode penelitian yang menggunakan prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan, menuliskan, memaparkan keadaan subjek maupun objek penelitian seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain berdasarkan fakta-fakta yang nampak tanpa menambah atau mengurangi sebagaimana adanya (Arikunto, 1998:68)

Metode penelitian ini berpedoman pada hasil kuesioner, wawancara dan pengamatan serta studi kepustakaan yang dilakukan dilapangan saat penelitian.

B. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan-hewan, gejala-gejala, nilai test atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik di dalam suatu penelitian (Nawawi, 1998:141).

Populasi dalam penelitian adalah Pelanggan yang menggunakan jasa analisis Laboratorium Pupuk dari tahun 2005 dan masih aktif sampai sekarang. Jumlah populasi dalam penelitian ini 4471 contoh dan sumber datanya adalah administrasi Laboratorium Pelayanan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan.

Sampel adalah sebahagian dari populasi dengan menggunakan cara-cara tertentu (Nawawi, 1998:144). Tehnik pencarian sampel dilakukan dengan cara

melihat jumlah keseluruhan contoh yang diterima Laboratorium Pupuk Pusat

Penelitian Kelapa Sawit Medan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Tata cara pengambilan sampel dilakukan dengan rumus Taro Yamane yang dikutip oleh Jalaluddin Rahmat, MSc, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

d = Nilai persepsi, ditetapkan sebesar 10% atau d - 0,1

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{4471}{4471(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{4471}{45,71}$$

$$n = 97,8 = 98 \text{ orang}$$

Teknik *purposive sampling*

Dalam teknik ini pengambilan sampel yang digunakan disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian (Nawawi,1998:157).

Adapun kriteria-kriteria sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pelanggan yang menggunakan jasa analisis Laboratorium pupuk
- b. Pelanggan baik pemerintah /swata maupun kelompok/perorangan yang menggunakan jasa analisis dan masih aktif dari tahun 2003 sampai tahun

UNIVERSITAS MEDAN AREA
 2007 dan masih aktif sampai sekarang.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
 Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

C. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang mempelajari dan menggunakan data-data dari literatur serta sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang mengumpulkan data dilapangan yang meliputi kegiatan survey dilokasi penelitian melalui :

o Kuisisioner

Yaitu daftar yang berisikan suatu rangkaian mengenai suatu hal atau data suatu daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan jawaban-jawaban dari responden.

o Wawancara

Menurut Nasir (1988:234) wawancara adalah proses mempelajari keterangan dengan tujuan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dan responden atau pewawancara dengan si penjawab dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Dalam penelitian ini wawancara dengan beberapa orang responden untuk melengkapi penelitian berdasarkan kuisisioner yang sudah ada.

D. Variabel Dan Defenisi Operasionalnya

Variabel penelitian dalam penulisan skripsi ini dapat digambarkan sebagai

berikut:

Variabel Bebas	Variabel Terikat
Brosur	Minat Pelanggan
<p>1. Isi Materi Brosur</p> <p>a. Kejelasan informasi brosur</p> <p>b. Kelengkapan informasi brosur</p> <p>2. Frekuensi Brosur</p> <p>a. Frekuensi penyebaran brosur yang dibaca pelanggan</p> <p>3. Bentuk Penyajian Brosur</p> <p>a. Tata letak brosur</p> <p>b. Warna brosur</p> <p>c. Pemilihan bahasa formal pada brosur</p> <p>d. Pemilihan gambar pada brosur</p>	<p>1. Aspek Kognitif</p> <p>a. Pengetahuan pelanggan tentang Brosur Laboratorium Pupuk PPKS Medan</p> <p>b. Pengetahuan pelanggan tentang jasa analisis Laboratorium Pupuk PPKS Medan</p> <p>2. Aspek Afektif</p> <p>a. Rasa suka pelanggan pada brosur</p> <p>b. Ketertarikan pelanggan pada jasa analisis yang ditawarkan Laboratorium Pupuk PPKS Medan</p> <p>3. Aspek Konatif</p> <p>a. Kesiediaan pelanggan untuk menyebarkan informasi jasa analisis Laboratorium Pupuk PPKS Medan</p> <p>b. Kesiediaan pelanggan untuk menggunakan jasa analisis Laboratorium Pupuk PPKS Medan</p>

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

Gambar 2. Tabel Variabel Penelitian

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 4/9/23

Dalam penelitian ini defenisi operasional berfungsi untuk memperjelas pengertian variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian serta untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan penelitian, defenisi operasional ini dimaksudkan untuk memberikan rujukan –rujukan empiris saja yang dapat ditemukan dilapangan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud sehingga konsep tersebut dapat diamati dan diukur.

Defenisi Operasionalnya yaitu:

1. Kegiatan promosi yang dilakukan Laboratorium Pelayanan Pusat Penelitian Kelapa sawit Medan adalah brosur.
2. Minat pelanggan untuk menggunakan jasa analisis Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Umum Perusahaan

Sesuai dengan surat keputusan Dewan Asosiasi Penelitian dan Pengembangan Perkebunan Indonesia (AP31) No. 084 / Kpts / DHP / XII / 92 tanggal 24 Desember 1992 tentang penataan pengelolaan unit pelaksanaan penelitian di lingkungan AP31, maka pada tanggal 4 Februari 1993 dibentuk Pusat Penelitian kelapa Sawit (PPKS) berkedudukan di Medan, Puslitbun Marihat dan Puslitbun Bandar Kuala. Penggabungan ketiga Puslit tersebut dilakukan dalam upaya meningkatkan efisiensi pengelolaan organisasi.

Perbaikan organisasi PPKS selanjutnya dilakukan pada tahun 1996 berdasarkan keputusan rapat Anggota Penelitian Perkebunan Indonesia dalam suratnya No. 03 /RAAPPI / II / 1996, Pusat Penelitian Perkebunan lingkup Asosiasi Penelitian Perkebunan Indonesia bertanggung jawab pada Asosiasi Penelitian Perkebunan Indonesia, yang dalam melaksanakan tugasnya mendapatkan pembinaan dan pengawasan dari Dewan Pembina Pusat Penelitian Perkebunan.

B. Pusat Penelitian Perkebunan Medan (Puslitbun Medan)

Pusat penelitian yang mendasari berdirinya Puslitbun Medan adalah “*Algemeene Proesfstation der AVROS (APA)*” didirikan oleh *Algemeene*

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Vereniging Van Rubber Planters ter Oostkust van Sumatera (AVROS) pada

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

tanggal 26 September 1916 yang berkedudukan di Medan. Hasil-hasil penelitian

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Dilarang hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

dari APA pada saat itu cukup banyak dan sangat berguna bagi pengembangan perkebunan di Sumatera. Setelah Perang Dunia Ke II sebagian besar perkebunan di Sumatera terlantar sehingga pada tahun 1952 diadakan penyatuan dengan “ *Deli Planters Vereniging* ” .

Karena alasan politik dan ekonomi, pemerintah Republik Indonesia melakukan Nasionalisasi dan mengambil alih perkebunan – perkebunan milik Belanda. Pada tahun 1957 AVROS diambil alih dan diubah menjadi Gabungan Pengusaha Perkebunan Sumatera (GAPPERSU). APA diganti dengan Balai Penelitian GAPPERSU yang dikenal dengan nama RISPA (*Research Institute of the Sumatera Planters Association*). Berdasarkan surat keputusan Menteri Pertanian No. 27 / UM / 57 tanggal 11 Desember 1957 ditetapkan bahwa RISPA ditempatkan di bawah Kementrian Pertanian RI yang pengelolaannya dilaksanakan oleh Badan Koordinasi perkumpulan dan Organisasi Perkumpulan.

Pada tahun 1968 RISPA berubah menjadi Balai Penelitian Perkebunan Medan (BPPM) dengan pembinaan dan pembiayaannya diserahkan kepada Direksi PT Perkebunan I s/d IX sesuai dengan keputusan Menteri Pertanian RI No.353/ Kpts/OP/12/1968 pada tanggal 20 Desember 1968. Pada tahun 1971 pembinaan BPPN diserahkan kepada DPBPP dan mendapat dana dari Cess sesuai dengan keputusan Menteri Pertanian RI No. 503/Kpts/OP/12/1971 pada tanggal 5 Desember 1971.

Selanjutnya sejak April 1976 RISPA mendapat biaya dari APBN dan mulai 1978 pembinaan BPP diserahkan kepada Badan Penelitian dan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
PENGEMBANGAN PERTANIAN RI berdasarkan surat keputusan Menteri Pertanian

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

Pada November 1987 Asosiasi Penelitian dan Pengembangan Perkebunan Indonesia didirikan di Jakarta. Balai - balai penelitian perkebunan ditempatkan di bawah koordinasi AP31 dan Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian RI. Selanjutnya BPPN disebut dengan Pusat Penelitian Perkebunan Medan.

C. Pusat Penelitian Perkebunan Marihat Medan (Puslitbun Marihat)

Puslitbun Marihat terletak di Marihat, Kabupaten Simalungun, propinsi Sumatera Utara, atau 135 km di sebelah selatan Medan. Areal kompleks termasuk dalam kosesi perkebunan Marihat (PTPN IV). Pembentukan Pusat Perkebunan Marihat berkaitan erat dengan pengambil alihan perusahaan perkebunan milik Belanda oleh pemerintah RI pada tanggal 10 desember 1957

Perusahaan perkebunan kelapa sawit milik Belanda yang terkenal adalah *Vereniging Deli Maatschappij (VDM)*, *Rubber Cultiuur Maatschappij Amsterdam (RCMA)*, *Handelss vereniging Amsterdam (HVH)*, dan *Bandar Olie Cultuur Maatschappij (BOCM)*, yang sejak sebelum perang telah memiliki bagian penelitian yang disebut sebagai penasehat pertanian. Disamping itu Pusat perkebunan Negara (PPN) yang merupakan gabungan semua bekas perusahaan asing sebelum Perang Dunia II juga memiliki bagian penelitian yang terletak di Marihat.

Dalam mencapai hasil penelitian yang maksimum maka atas prakarsa Direktur Teknik/ Produksi BPU Aneka Tanaman, melalui SE

UNIVERSITAS MEDAN AREA

No. 57/III/1007/A1/64 tanggal 6 Juni 1964 terbentuklah Pusat Penelitian Aneka

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

Tanaman Sumatera (PUPENAS) berkantor di Marihat, Pematang Siantar.

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber.

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah.

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area.

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

Pada tahun 1968 terjadi lagi reorganisasi berdasarkan keputusan Menteri Pertanian RI No. 185/ Kpts/ OP/ 8/1968 tanggal 2 Agustus 1968, PUPENAS menjadi balai penelitian yang meneliti kelapa sawit, kakao, dan teh yang pembinaannya berada di bawah PNP I,II,VI,VII, dan VIII. Nama PUPENAS selanjutnya menjadi Merihat Research Station (MRS). Dewan pembinaannya adalah pimpinan PNP VI dan VII.

Pada tahun 1981 atas instruksi Menteri Pertanian nama Marihat Research station diganti dengan Pusat Penelitian Marihat (PPM). Dengan didirikannya Asosiasi Penelitian dan Pengembangan Perkebunan Indonesia pada bulan November 1987, penelitian komoditi perkebunan yang selama ini dikelola PTP termasuk PPM diserahkan pengelolaannya kepada AP31. Sesuai keputusan rapat Anggota AP31 nama Pusat Penelitian Marihat diganti menjadi Pusat Penelitian Perkebunan Marihat (Puslitbun Marihat).

D. Pusat Penelitian Perkebunan Bandar Kuala (Puslitbun Bandar Kuala)

Puslitbun Bandar Kuala terletak di Galang kabupaten Deli Serdang, Propinsi Sumatera Utara, sekitar 52 km ke arah selatan Medan. Pertama kali didirikan pada tanggal 2 Januari 1982, berdasarkan surat Keputusan bersama Direksi PT Perkebunan II, dan PT Perkebunan VI, dan PT Perkebunan VII dengan nama Pusat Penelitian Kelapa (PPK). Pembentukan pusat penelitian ini adalah sebagai tindak lanjut Instruksi Menteri Pertanian No.901/ mentan/ XI/ 1961.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Pusat penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam upaya

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
 2. Dilarang menggunakan isi brosur ini untuk keperluan penelitian dan penerbitan karya tulis
 3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

mengharapkan kepada seluruh perkebunan kelapa agar menggunakan pelayanan pusat penelitian ini bagi kepentingan mereka.

Terhitung mulai tahun 1990 pengelolaan PPK diserahkan kepada AP31 dan selanjutnya nama PPK diubah menjadi Puslitbun Bandar Kuala. Pada tahun 1992 berdasarkan surat keputusan DPH-AP31 No. 029/ Kpts/DPH/ 1/92 Puslitbun Marihat dan Puslitbun Bandar Kuala digabung menjadi Pusat Penelitian marihat Bandar Kuala.

E. Tugas

Tugas utama Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) adalah melakukan penelitian dan pengembangan komoditi kelapa sawit, yang meliputi semua aspek, mulai dari perakitan bahan tanaman, teknik budidaya hingga pengolahan hasil dan kajian social ekonominya. Selain itu Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) juga melakukan penelitian terhadap kelapa dan kakao. Hasil penelitian dan pengembangan tersebut berupa paket teknologi maupun konsep – konsep pemikiran yang diharapkan dapat mendukung perkembangan industri perkebunan kelapa sawit, kelapa dan kakao. Selain itu Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) juga bertugas memberi pelayanan kepada pengguna jasa, baik perkebunan, penelitian, pelajar, instansi pemerintah maupun pengusaha serta pihak – pihak lain.

Tugas ini dilakukan melalui berbagai kegiatan – kegiatan diantaranya penerbitan publikasi ilmiah dan pedoman teknis, penyelenggaraan pertemuan /

UNIVERSITAS MEDAN AREA

forum komunikasi serta penyediaan bibit unggul. Sementara konsep konsep

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

pemerintah dalam merumuskan kebijakan untuk pengembangan perkebunan secara nasional.

F. Sarana

Pusat Penelitian Kelapa Sawit memiliki sejumlah sarana dalam menunjang kegiatan penelitian dan pelayanan yang berhubungan dari berbagai aspek industri perkebunan. Selain sejumlah laboratorium beserta isinya yang dapat menunjang kegiatan penelitian, Pusat Penelitian Kelapa Sawit juga dilengkapi dengan sarana lain seperti : kantin, koperasi, musholla, puskesmas, stasiun iklim, perpustakaan publikasi, pabrik kelapa sawit mini di Aek Pancur, pabrik pengolahan pupuk kompos.

Salah satu sarana penelitian dan pelayanan yang mendukung kegiatan PPKS Medan adalah laboratorium analisis pupuk. Laboratorium ini melayani penelitian semua pupuk yang berhubungan dengan kelapa sawit. Mulai dari KCl, TSP, Urea, Kieserit, Kapur Gamping, dan lain sebagainya, dalam bentuk rekomendasi analisis kadar pupuk.

Analisis pupuk sangat perlu dilakukan agar kita dapat mengetahui dan menerapkan pupuk apa yang baik digunakan untuk tanaman sawit agar hasil yang didapatkan dapat memuaskan karena keberhasilan produksi tanaman kelapa sawit sangat tergantung pada aplikasi pemupukan.

Analisa pupuk bertujuan untuk memperoleh data tentang kandungan dari pupuk yang dianalisa, karena analisa yang dihasilkan harus merujuk dari SNI

UNIVERSITAS MEDAN AREA
yang diberlakukan dari menteri pertanian Indonesia.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

G. Struktur Organisasi

Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) merupakan salah satu Pusat Penelitian yang berada dalam koordinasi Lembaga Riset Perkebunan Indonesia (LRPI), assosiasi penelitian perkebunan Indonesia yang anggotanya terdiri dari PTP Nusantara Indonesia. Dalam kegiatannya, PPKS dibina oleh Dewan Penyantun LRPI yang beranggotakan Direktur Jendral Bina Produksi Perkebunan, Kepala Badan Litbang Pertanian, Deputy Menteri BUMN Bidang Agro Industri, Kehutanan, Kertas, Percetakan, dan Penerbitan, dan Direktur Jenderal Industri Kimia, Agro dan Hasil Hutan yang mewakili kepentingan pemerintah.

PPKS didirikan berdasarkan surat keputusan ketua DPH – AP3I No. 084/Kpts/DPH/XII/1993 pada 24 Desember 1992, sebagai gabungan dari 3 lembaga penelitian yaitu Pusat Penelitian Perkebunan (Puslitbun) Medan, Pusat Penelitian Perkebunan Marihat, dan Pusat Penelitian Perkebunan Bandar Kuala. Penggabungan ketiga Puslitbun menjadi PPKS sejalan dengan rencana strategis Badan Litbang pertanian didalam menghadapi tantangan yang semakin berat dan kompleks dalam menghadapi pembangunan pertanian kedepan, yang menuntut kemampuan dalam :

- Perbaikan struktur dan mandate organisasi penelitian yang lebih dinamis.
- Pengembangan sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta penyediaan dana yang memadai.
- Pemantapan rumusan program dan prioritas penelitian dan pengembangan dalam

berbagai wilayah agroekosistem.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) mempunyai visi : Menjadi

Document Accepted 4/9/23

lembaga penelitian perkebunan internasional yang mampu menjadi acuan (center of

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

excellence) bagi perkelapa sawitan nasional, yang dalam kegiatannya mampu mandiri secara financial dan memiliki sumber daya insani yang berkualitas dan sejahtera. Misi PPKS adalah menunjang industri kelapa sawit di Indonesia melalui paket teknologi maupun pengembangan IPTEK yang dihasilkan, PPKS dapat menjadi motor penggerak (*prime mover*) bagi pengembangan industri perkebunan kelapa sawit di Indonesia.

PPKS dipimpin oleh seorang Direktur, yang dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh Kepala Bidang Penelitian, Kepala Bidang Usaha, Kepala Satuan Usaha Strategis Bahan Tanaman, dan Kepala Biro Umum / SDM. Bidang Penelitian PPKS terdiri dari 7 kelompok peneliti (Kelti) yaitu Kelti Pemuliaan Tanaman, Kelti Bioteknologi Tanaman, Kelti Ilmu Tanah dan Agronomi, Kelti Proteksi Tanaman, Kelti Pengolahan Hasil dan Mutu, Kelti Enjineri dan Lingkungan, serta Kelti Sosial Ekonomi.

Bidang usaha terdiri dari 4 unit usaha, yaitu Unit Usaha Marihat, Unit Usaha Medan, Manager Pengembangan Usaha dan Promosi, Manager Pelayanan dan Konsultasi, serta Manager Laboratorium Pelayanan. Unit Usaha Marihat mengelola kebun percontohan yang terletak di Teluk Dalam, Pulau Maria, Pargarutan, Padang Bulan 17, Simirik, Sijambu – jambu, dan Padang Madarsyah (Sumatera Utara), serta Kalimantan dan Dalu – Dalu (Riau). Sementara Unit Usaha Medan mengelola kebun percobaan yang terletak di Aek pancur, Sei pancur, Pagar Merbau, dan Bukit Sentang (Sumatera Utara), Betung (Sumatera Selatan), dan Parindu (Kalimantan Barat). Satuan Usaha Strategis Bahan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Tanaman membawahi 3 manager, yaitu manager QC / R&D, Manager Pemasaran

Logistik dan Manager Produksi. Biro Umum / SDM mempunyai 3 urusan, yaitu

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Urusan Sumber Daya Manusia dan Hukum, Urusan Akutansi dan Keuangan, serta Urusan Rumah Tangga. Sementara Urusan SPI langsung dibawah koordinasi Direktur. SPI mempunyai tugas memantau administrasi dan keuangan serta kemajuan pelaksanaan penelitian, pengembangan dan pelayanan.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari Penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Salah satu media cetak yang digunakan oleh Laboratorium Pupuk Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan sebagai alat memberikan informasi akan pentingnya mengetahui kandungan unsur hara dari pupuk yang akan dipergunakan dalam pemupukan adalah brosur.
2. Dalam penggunaan brosur sebagai media komunikasi, harus diperlihatkan gaya bahasa, kata-kata dan istilah harus mudah dimengerti serta kalimatnya ringkas dan jelas sesuai dengan tingkat kemampuan sasaran. Tulisan atau materi yang disajikan harus bersifat nyata, baik dan menguntungkan sesuai dengan kebutuhan seseorang. Brosur harus mengandung daya tarik pembaca, kertas yang baik, berwarna, bergambar dan bentuknya menarik untuk dibaca.
3. Isi pesan yang disampaikan melalui brosur Laboratorium Pelayanan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan sudah sesuai dengan kemampuan daya serap pembaca, dengan bahasa yang setingkat dengan pengertian mereka, dengan pilihan pesan yang diminati dan menggunakan media yang mereka kenal dan menarik.

4. Konsep desain brosur yang perlu diperhatikan didalam perancangan brosur

UNIVERSITAS MEDAN AREA

adalah penempatan material desain, mulai dari gambar teks (informasi)

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun untuk dipublikasikan atau diperjualbelikan

Document Accepted 4/9/23

Access From (repository.uma.ac.id)4/9/23

ukuran kertas dan lain sebagainya. Jadi, aturan yang paling sederhana dalam pembuatan brosur adalah sederhana, kontras dan proporsional, semua orang setuju.

B. Saran

1. Hendaknya sebelum menentukan sasaran dimana brosur akan disebar atau diberikan , harus dianalisa ulang jenis konsumen dan harus mengetahui target dari sasaran.
2. Brosur kurang tepat bila digunakan pada masyarakat yang memiliki tingkat baca yang rendah atau buta huruf.
3. Brosur kurang tepat sasaran bila digunakan sebagai satu-satunya teknik untuk menyampaikan pesan didaerah pedesaan.
4. Diharapkan agar perusahaan yang bersangkutan lebih sering melakukan pengenalan seperti promosi ataupun mengadakan seminar-seminar agar konsumen tidak asing akan paket ataupun jasa analisis yang ditawarkan dan lebih mudah untuk mengetahui kebutuhan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bakri, 1998, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Angiopora, Barius P, 1999, *Dasar-dasar Pemasaran*, P.T Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Arikunto, Suharsini, 1998, *Prosedur Penelitian*, Rinekekita, Jakarta
- Effendi, Onong, Uchjana, 1989, *Kamus Komunikasi*, Mandar Maju, Bandung
- _____, 1992, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- _____, 1999, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya, Bandung
- Fisher, Aubrey, 1986, *Teory-teory Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Jefkins, Frank, 1996, *Periklanan*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Khasali, Rhenald, 1992, *Manajemen Periklanan*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta
- Mar'at, 1984, *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukuran*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Nasir, Muhammad, 1988, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Nawawi,, Hadari, 1993, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, UGM Press, Yogyakarta
- Poerwadaminta, W.J.S, 1986, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta
- Rahmat, Jalaluddin, 1984, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung

Singarimbun dan effendi, 1989, *Metode Penelitian survey*, LP3S, Jakarta

Susanto, Astrid, 1977, *Komunikasi Dalam Teoridan Praktek*, Bina Cipta, Bandung

Winardi, 1992, *Promosi dan Periklanan*, Mandar Maju, Bandung

