

**TINGKAT PENGETAHUAN PEMBACA MAJALAH
SCG MENGENAI PERUBAHAN LOGO MAJALAH SCG
TAHUN 2014**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Alvin Setiawan Jusuf

NRP. 1423012071

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2017**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Alvin Setiawan Jusuf

NRP : 1423012071

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

TINGKAT PENGETAHUAN PEMBACA MAJALAH SCG

MENGENAI PERUBAHAN LOGO MAJALAH SCG TAHUN 2014

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

Surabaya, 27 Januari 2017

Peneliti,



Alvin Setiawan Jusuf

NRP. 1423012071

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI -
TINGKAT PENGETAHUAN PEMBACA MAJALAH SCG MENGENAI
PERUBAHAN LOGO MAJALAH SCG TAHUN 2014

Oleh:

Alvin Setiawan Jusuf

NRP. 1423012071

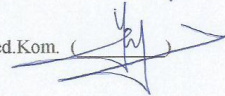
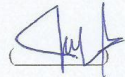
Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan ke tim
penguji Skripsi.

Pembimbing I : Lusy Evylia Puspita, S.E, M.Si.

NIK: 142.10.0661

Pembimbing II : Finsensius Yuli P., S.Sos, M.Med.Kom.

NIK: 142.09.0633



Surabaya, 27 Januari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Kamis, tanggal 9
Februari 2017

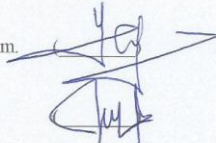
Mengesahkan,
Fakutas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



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 : Lusy Evylia Puspita, S.E., M.Si.
NIK. 142.10.0661
4. Anggota : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 142.15.0849



LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Alvin Setiawan Jusuf

NRP : 1423012071

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT PENGETAHUAN PEMBACA MAJALAH SCG
MENGENAI PERUBAHAN LOGO MAJALAH SCG TAHUN
2014**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai
dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 27 Januari 2017

Yang menyatakan,



Alvin Setiawan Jusuf

HALAMAN PERSEMBAHAN

Peneliti ingin mempersembahkan karya ilmiah skripsi dengan judul “Tingkat Pengetahuan Pembaca majalah SCG Mengenai Perubahan Logo Majalah SCG Tahun 2014” ini kepada orangtua dan saudara yang selama ini selalu membimbing dan memberi dukungan didikan, kasih maupun materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Peneliti juga berterima kasih kepada teman-teman seperjuangan FIKOM 2012-2013, para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

“Play Hard and Work Hard. What you do, consequences waited, so live to the fullest and take responsibility for it”

Terima kasih
Surabaya, 27 Januari 2017
Alvin Setiawan Jusuf

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat dan bimbingan-Nya, skripsi ini boleh terselesaikan dengan baik dan lancar, dan tak lupa peneliti menghaturkan rasa syukur dan apresiasi yang besar atas setiap dukungan berbagai pihak dimana skripsi ini boleh terwujud.

Skripsi ini peneliti susun sebagai salah satu bentuk tanggung jawab untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penelitian ini melihat bagaimana peran strategi *Public Relations*, khususnya *Marketing Public Relations* dalam membangun identitas korporat melalui perubahan logo dari produk atau merek yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan, media massa. Peneliti menyajikan teori yang berkaitan dan data selengkap-lengkapnyanya, hal ini dimaksudkan agar setiap pembaca dapat memahami “Tingkat Pengetahuan Pembaca majalah Surabaya City Guide mengenai Perubahan Logo majalah Surabaya City Guide Tahun 2014”.

Selain itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan mendukung sehingga penelitian skripsi ini berjalan dengan lancar:

1. Orang tua, Yudy Alihoen Jusuf dan Paulina Nitiharjo yang sekian lamanya yang selalu membimbing, mengingatkan dan mendidik.
2. Pembimbing I, Lusy Evylia Puspita, karena atas kesediaannya dan kerelaannya untuk membimbing dengan tekun dan dengan kesabaran.

3. Pembimbing II, Finsensius Yuli Purnama, karena atas kesediaannya untuk menuntun dan mengevaluasi dengan kritis.
4. Saudara, terutama Hendy Christian Jusuf yang selalu mengawasi dan mengingatkan tentang pentingnya tugas akhir untuk segera diselesaikan.
5. Sahabat terkasih saudari Debora, karena kesetiaannya dan kerelaannya untuk menyertai selalu dimasa-masa sulit, duka, ceria dan tawa.
6. Teman saudara seperjuangan Zelly, suka dan duka yang ditanggung bersama saat mengerjakan skripsi bersama.
7. Teman FIKOMERS '12 dan '13 seperjuangan yang membangkitkan semangat untuk mengerjakan penelitian dan mengingatkan dan menjauhkan dari perasaan nyaman dan malas mengerjakan laporan.
8. Teman-teman Komsel (Komunitas Sel) Gereja yang memberikan dukungan berupa kata-kata semangat dan doa.

Demikian skripsi ini disusun, penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran. Harapan peneliti, agar penelitian ini boleh bermanfaat bagi pembaca, para praktisi dan tentunya bagi institusi terkait untuk perbaikan dan berkembang lebih baik. Sekian Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	11
I.3. Tujuan Penelitian.....	11
I.4. Batasan Masalah.....	12
I.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	13
II.1. Kerangka Teori.....	13
II.1.1. Tingkat Pengetahuan.....	13
II.1.1.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengetahuan.....	13
II.1.2. Public Relations.....	16
II.1.3. Marketing Public Relations.....	17

II.1.4.	Brand	20
II.1.4.1	Logo.....	23
II.1.4.1.1.	Jenis-jenis Logo.....	23
II.1.4.1.2.	Elemen-elemen Logo.....	27
II.1.4.2	Rebranding.....	29
II.2.	Nisbah Antar Konsep.....	31
II.3.	Bagan Kerangka Konseptual.....	33
BAB III.	METODE PENELITIAN.....	34
III.1.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
III.2.	Metode.....	35
III.3.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	35
III.4.	Definisi Konseptual.....	35
III.5.	Definisi Operasional.....	36
III.6.	Populasi dan Sampel.....	37
III.7.	Teknik Penarikan Sampel.....	41
III.8.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
III.9.	Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	45
III.10.	Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
IV.1.	Gambaran Subjek Penelitian.....	50
IV.1.1.	Sejarah Perusahaan.....	51
IV.1.2.	Portofolio bisnis perusahaan.....	53
IV.1.3.	Visi dan Misi perusahaan.....	54
IV.1.4.	Perubahan Logo Surabaya City Guide.....	55
IV.1.5.	Struktur Organisasi Surabaya City Guide.....	56
IV.2.	Uji Validitas dan Realibilitas.....	57
IV.2.1.	Uji Validitas.....	57
IV.2.2.	Uji Reliabilitas.....	59

IV.3.	Hasil Penelitian.....	59
IV.3.1.	Temuan Data.....	59
IV.3.1.1.	Pertanyaan Saringan.....	60
IV.3.1.2.	Karakteristik Profil Responden.....	60
IV.3.1.2.1.	Karakteristik Profil Jenis Kelamin.....	60
IV.3.1.2.2.	Karakteristik Profil Usia.....	62
IV.3.1.2.3.	Karakteristik Profil Pendidikan.....	64
IV.3.1.2.4.	Karakteristik Profil Pekerjaan.....	66
IV.4.	Pembahasan.....	68
IV.4.1.	Pengetahuan tentang Elemen Bentuk Logo majalah SCG...	69
IV.4.2.	Pengetahuan tentang Elemen Warna Logo Majalah SCG.....	72
IV.4.3.	Pengetahuan tentang Elemen Tipografi Logo Majalah SCG	77
IV.4.4.	Interval Kategori Tingkat Pengetahuan.....	79
IV.4.5.	Analisis Tingkat Pengetahuan Pembaca majalah SCG mengenai Perubahan Logo Majalah SCG.....	80
IV.4.6.	Tabulasi Silang antara Jenis kelamin dengan Tingkat Pengetahuan.....	82
IV.4.7.	Tabulasi Silang antara Usia dengan Tingkat Pengetahuan...	83
IV.4.8.	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dengan Tingkat Pengetahuan.....	85
IV.4.9.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dengan Pengetahuan.....	86
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
V.1	Kesimpulan.....	89
V.2	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....		91
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Sasaran Utama Public Relations.....	18
Tabel III.1	Data gabungan Pelanggan dan pengguna layanan Pesan Antar majalah SCG Juni 2016.....	38
Tabel III.2	Jumlah Populasi dan Sampel Pembaca Majalah SCG.....	41
Tabel III.3	Jumlah Sampel Pembaca Majalah SCG berdasar Kecamatan.....	42
Tabel IV.1	Uji Validitas.....	58
Tabel IV.2	Uji Reliabilitas.....	59
Tabel IV.3	Karakteristik Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV.4	Karakteristik Usia.....	62
Tabel IV.5	Karakteristik Pendidikan.....	64
Tabel IV.6	Karakteristik Pekerjaan.....	66
Tabel IV.7	Elemen Bentuk Logo.....	69
Tabel IV.8	Elemen Warna Logo.....	73
Tabel IV.9	Elemen Tipografi Logo.....	77
Tabel IV.10	Rata-rata Kategori Interval.....	79
Tabel IV.11	Rata-rata Tingkat Pengetahuan Perubahan Logo.....	80
Tabel IV.12	Rata-rata Tingkat Pengetahuan berdasar Elemen-elemen Logo..	81
Tabel IV.13	Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan.....	82
Tabel IV.14	Tabulasi Silang antara Usia dengan Tingkat Pengetahuan.....	84
Tabel IV.15	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dengan Tingkat Pengetahuan.....	85
Tabel IV.16	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dengan Tingkat Pengetahuan	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Alternasi Perubahan Logo Majalah SCG per tahunnya....	7
Gambar II.1	Proses Pembentukan Brand Image.....	22
Gambar IV.1	Logo Radio Suara Surabaya.....	51
Gambar IV.2	Logo Mossaik M.Com.....	52
Gambar IV.3	Produk-produk Majalah Produksi Mossaik M.Com.....	53
Gambar IV.4	Portofolio Desain Produk Mossaik M.Com.....	54
Gambar IV.5	Logo Terbaru (2014) Majalah Surabaya City Guide.....	56
Gambar IV.6	Stuktur Kepemimpinan Mossaik M.Com.....	57
Gambar IV.7	Profil Pembaca Usia majalah SCG.....	63
Gambar IV.8	Profil Pembaca Tingkat Pendidikan majalah SCG.....	65
Gambar IV.9	Profil Pembaca Tingkat Pendidikan majalah SCG.....	67
Gambar IV.10	Poster Acara SCG.....	74
Gambar IV.11	Perubahan Logo Tahun 2010 Kepada Logo Tahun 2014.....	82

ABSTRAK

Alvin Setiawan Jusuf. NRP 1423012071. TINGKAT PENGETAHUAN PEMBACA MAJALAH SCG MENGENAI PERUBAHAN LOGO MAJALAH SCG TAHUN 2014

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Tingkat Pengetahuan Pembaca Majalah SCG mengenai Perubahan Logo Majalah SCG Tahun 2014. Pada penelitian ini, melihat bagaimana pengetahuan pembaca majalah SCG mengenai perubahan logo yang terjadi dalam majalah SCG sebagai strategi *Public Relations* dalam mengemban identitas korporat kepemilikan Media Suara Surabaya.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif menggunakan metode survei. Penelitian ini menggunakan elemen-elemen logo: bentuk, warna dan tipografi sebagai indikator pengukuran tingkat pengetahuan. Hasil penelitian ini diketahui bahwa tingkat pengetahuan pembaca majalah SCG mengenai perubahan logo majalah SCG adalah tinggi, untuk masing-masing elemen bentuk, warna dan tipografi adalah tinggi.

Kata Kunci:

Tingkat Pengetahuan, Perubahan Logo, Majalah Surabaya City Guide, Strategi *Public Relations*, Elemen-elemen Logo

ABSTRACT

Alvin Setiawan Jusuf. NRP 1423012071. KNOWLEDGE LEVEL OF SCG MAGAZINE READER ABOUT THE CHANGE OF LOGO OF SCG MAGAZINE YEAR 2014

This research was done due to knowing Knowledge level of SCG Magazine Reader about The Change of Logo of SCG Magazine Year 2014. This research look how SCG magazine reader about the change of logo of SCG magazine that happen in SCG magazine as *Public Relations* strategy in order to develop corporate identity of Suara Surabaya Media.

Research approach that been used is quantitative approach with descriptive kind of research using survey method. This research used logo elements: shape, color and typography as indicator in order to measure knowledge level. The result for this research is known that knowledge level of SCG magazine reader about the change of logo of SCG magazine is high, for each element shape, color and typography is high.

Keyword:

Knowledge Level, The Change of Logo, SCG Magazine, Public Relations Strategy, Logo Elements