

**TINGKAT PENGETAHUAN PENGUNJUNG PASAR ATOM
MENGENAI ISI MAJALAH “*SHOPPING AT PASAR ATOM*”**

SKRIPSI



Disusun oleh :
Yohanes Servus Ricky Johan

NRP.1423014132

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

2018

**TINGKAT PENGETAHUAN PENGUNJUNG PASAR ATOM
MENGENAI ISI MAJALAH “*SHOPPING AT PASAR ATOM*”**

SKRIPSI



Disusun oleh :
Yohanes Servus Ricky Johan

NRP.1423014132

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

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Yohanes Servus Ricky Johan

NRP : 1423014132

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**“Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah
“*Shopping At Pasar Atom*””** adalah benar adanya dan merupakan hasil
karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan
menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya
plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 21 Juni 2018

Penulis



Yohanes Servus Ricky Johan

NRP.1423014132

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

TINGKAT PENGETAHUAN PENGUNJUNG PASAR ATOM MENGENAI ISI MAJALAH “SHOPPING AT PASAR ATOM”

Oleh :

Yohanes Servus Ricky Johan

NRP.1423014132

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

Pembimbing I : Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si. (.....)
NIK. 142.09.0647

Pembimbing II : Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom (.....)
NIK. 142.15.0849

Surabaya, 21 Juni 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagai dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada : Senin, tanggal 4 Juni 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



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

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. (.....)
NIK. 142.10.0651
2. Sekretaris : Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....)
NIK. 142.15.0849
3. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. (.....)
NIK. 142.09.0647
4. Anggota : Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIK. 142.09.0633

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Yohanes Servus Ricky Johan

NRP : 1423014132

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT PENGETAHUAN PENGUNJUNG PASAR
ATOM MENGENAI ISI MAJALAH “SHOPPING AT
PASAR ATOM”**

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, 21 Juni 2018

Yang menyatakan,



Yohanes Servus Ricky Johan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yesus sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga khususnya kedua orang tua yang senantiasa mendukung penulis selama proses penulisan, terima kasih Papa dan Mama. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada *partner* Evelyn Yandra yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses pengerjaan skripsi ini. Yang terakhir penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh sahabat *Fikomers* yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini, juga kepada *Shalamers* yang senantiasa membantu dalam menyemangati dan juga dukungan doa untuk penulis. *This is for all of you, Thankyou so much.*

“There is surely a future hope for you, and your hope will not be cut off”. (Proverbs 23:18)

Surabaya, 21 Juni 2018

Yohanes Servus Ricky Johan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus untuk segala berkat melimpah yang disediakanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi yang berjudul “TINGKAT PENGETAHUAN PENGUNJUNG PASAR ATOM MENGENAI ISI MAJALAH “*SHOPPING AT PASAR ATOM*” ini diajukan sebagai tugas akhir demi mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi.

Mengingat pentingnya skripsi dan penelitian yang dilakukan maka dari itu, penulis telah memaksimalkan segala tulisan dalam skripsi ini sebagai yang terbaik dari penulis sendiri. Masukan dan kritik akan diterima oleh penulis sebagai bahan untuk memperbaiki skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik diantaranya:

1. Kepada Tuhan Yesus yang selalu memberikan kekuatan dan ketabahan serta kelancaran dalam mengerjakan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
2. Kepada Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan setiap tahap skripsi ini.
3. Kepada Yuli Nugrahenni.,S.Sos.,M.Si. selaku dosen pembimbing I dan juga Brigitta Revia Sandy Fista.,S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan masukan dan ilmu dalam proses pengerjaan skripsi ini.

4. Kepada semua dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya yang telah mendukung dalam setiap surat-surat dan persyaratan yang diperlukan sampai selesainya skripsi ini.
5. Kepada pihak pasar atom khususnya divisi promosi sebagai sumber data untuk penelitian ini, juga kepada Ce Seli & Ko Krisna yang juga membantu memberikan masukan dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Kepada Evelyn Yandra sebagai *partner* terbaik yang sabar memberikan semangat dari setiap tahapan yang harus dikerjakan.
7. Kepada semua sahabat dari *Fikomers*, *Shalamers* dan semua pihak yang mungkin belum sempat disebutkan satu per satu.

Demikian ucapan terima kasih dari penulis atas segala dukungan dari semua pihak, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran ataupun kritik untuk memperbaiki skripsi ini. Adapun harapan dari penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca. Demikian dari penulis, penulis mengucapkan terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
ABSTRAK.....	xxv
ABSTRACT.....	xxvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	12
I.3. Tujuan Penelitian	12
I.4. Batasan Masalah	12
I.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
II.1. Kerangka Teori.....	14
II.1.1. <i>Public Relations</i>	14
II.1.2. Publik Dalam <i>Public Relations</i>	15
II.1.3. Bentuk-Bentuk Media Perusahaan	16
II.1.4. Majalah Sebagai Media Perusahaan.....	17

II.1.5. Model Lasswell.....	18
II.1.6. Tingkat Pengetahuan.....	19
II.1.7. Mengukur Tingkat Pengetahuan.....	19
II.1.8. Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan.....	22
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	24
II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN.....	27
III.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	27
III.2 Metode Penelitian.....	27
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	28
III.4 Definisi Konseptual.....	28
III.5 Definisi Operasional.....	29
III.6 Populasi Dan Sampel.....	33
III.6.1 Populasi.....	33
III.6.2 Sampel.....	34
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	34
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	35
III.9 Teknik Validitas Dan Reliabilitas.....	36
III.9.1 Teknik Validitas.....	36
III.9.2 Teknik Reliabilitas.....	37
III.10 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	41
IV.1.1 Profil Majalah Pasar Atom.....	42
IV.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	44
IV.2.1 Hasil Uji Validitas.....	44

IV.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
IV.3 Hasil Penelitian.....	46
IV.3.1 Temuan Data Dan Pembahasan.....	46
IV.3.2. Deskripsi Identitas Responden.....	47
IV.3.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
IV.3.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
IV.3.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
IV.3.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
IV.3.3 Deskripsi Lamanya Responden Membaca Majalah.....	52
IV.3.4 Deskripsi Banyaknya Edisi Majalah Yang Dibaca Responden.....	53
IV.3.5 Deskripsi Pengetahuan Responden.....	53
IV.3.6 Deskripsi Pengetahuan Produk.....	54

IV.3.6.1 Tingkat Pengetahuan Bahwa Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Diterbitkan Oleh Divisi <i>Promotion</i> Pasar Atom.....	55
IV.3.6.2 Tingkat Pengetahuan Rubrik-Rubrik Yang Terdapat Dalam Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	56
IV.3.6.3 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>What’s News</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Atau Berita Baru Seputar Pasar Atom.....	57
IV.3.6.4 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Atom Highlight</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisikan Informasi Yang Menjadi Sorotan Pada Bulan Tersebut.....	58
IV.3.6.5 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Atom Instamagz</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisikan Keseruan Foto Pengunjung Di Pasar Atom Yang Diupload Pada Instagram.....	59
IV.3.6.6 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Focus Of The Month</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Informasi Yang Menjadi Fokus Pada Bulan Tersebut.....	60

IV.3.6.7 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Advetorial” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisikan Artikel Advertorial Seputar <i>Tenant</i> Pasar Atom.....	61
IV.3.6.8 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Budaya” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Bahasan Mengenai Budaya Tionghoa.....	62
IV.3.6.9 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Kuliner” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Seputar Informasi Makanan Yang Berada Di Pasar Atom.....	63
IV.3.6.10 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Love And Life</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Bahasan Juga Tips Mengenai Percintaan Dan Kehidupan.....	64
IV.3.6.11 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Comment</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Komentar Dari Para Pengunjung Pasar Atom.....	65
IV.3.6.12 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Health</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Dan Tips Kesehatan.....	66

IV.3.6.13 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Horoscope</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Ramalan Bintang Atau <i>Zodiac</i>	67
IV.3.6.14 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Resep” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Resep Masakan.....	68
IV.3.6.15 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Beauty</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Dan Tips Mengenai Kecantikan.....	69
IV.3.6.16 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Gadget & Techno</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Seputar <i>Gadget</i> Dan Teknologi.....	70
IV.3.6.17 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Movie</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Tentang Ulasan Film Yang Sedang Populer.....	71
IV.3.6.18 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Thematic</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Seputar Tema Bulanan Misalnya Februari-Valentine, Desember-Natal Dsb.....	72

IV.3.6.19 Tingkat Pengetahuan Iklan Yang Dimuat Dalam Rubrik Yang Ada Pada Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	73
IV.3.6.20 Tingkat Pengetahuan Jenis Produk Dari <i>Tenant</i> Yang Ditampilkan Pada Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	74
IV.3.6.21 Tingkat Pengetahuan Warna Identitas Dari <i>Tenant</i> Yang Muncul Pada Rubrik Dalam Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	75
IV.3.6.22 Tingkat Pengetahuan Jenis Produk Dari <i>Tenant</i> Yang Dimuat Dalam Rubrik Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	76
IV.4 Pembahasan.....	77
IV.4.1 Deskripsi Pengetahuan Produk Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	78
IV.4.2 Tabulasi Silang Antara Usia Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	84
IV.4.3 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	86
IV.4.4 Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	88

IV.4.5 Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” ...	90
IV.4.6 Tabulasi Silang Antara Lamanya Responden Membaca Majalah Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	92
IV.4.7 Tabulasi Silang Antara Banyaknya Edisi Majalah Yang Dibaca Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”	94
BAB V PENUTUP	96
V.1 Kesimpulan	96
V.2 Saran	96
V.2.1 Saran Akademis	96
V.2.2 Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	100

DAFTAR BAGAN

Bagan II.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	26
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Cover Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Edisi 127, Oktober 2017.....	4
Gambar I.2 Rubrik “Atom Instamagz” Pada Majalah “ <i>Shopping At Pasat Atom</i> ” Edisi 127, Oktober 2017.....	7
Gambar I.3 Rubrik “ <i>Comments</i> ” Pada Majalah “ <i>Shopping At Pasat Atom</i> ” Edisi 124, Juli 2017.....	8

DAFTAR TABEL

1. Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom.....	45
2. Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasa Atom.....	46
3. Tabel IV.3.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4. Tabel IV.3.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia....	48
5. Tabel IV.3.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
6. Tabel IV.3.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
7. Tabel IV.3.3 Deskripsi Lamanya Responden Membaca Majalah.....	52
8. Tabel.3.4 Deskripsi Banyaknya Edisi Majalah Yang Dibaca Responden.....	53
9. Tabel IV.3.6.1 Tingkat Pengetahuan Bahwa Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Diterbitkan Oleh Divisi <i>Promotion</i> Pasar Atom.....	55
10. Tabel IV.3.6.2 Tingkat Pengetahuan Rubrik-Rubrik Yang Terdapat Dalam Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”.....	56
11. Tabel IV.3.6.3 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>What’s News</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Atau Berita Baru Seputar Pasar Atom.....	57

12. Tabel IV.3.6.4 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Atom <i>Highlight</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisikan Informasi Yang Menjadi Sorotan Pada Bulan Tersebut.....	58
13. Tabel IV.3.6.5 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Atom <i>Instamagz</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisikan Kecerutan Foto Pengunjung Di Pasar Atom Yang Diupload Pada Instagram.....	59
14. Tabel IV.3.6.6 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Focus Of The Month</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Informasi Yang Menjadi Fokus Pada Bulan Tersebut.....	60
15. Tabel IV.3.6.7 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Advertorial” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisikan Artikel Advertorial Seputar <i>Tenant</i> Pasar Atom.....	61
16. Tabel IV.3.6.8 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Budaya” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Bahasan Mengenai Budaya Tionghoa.....	62
17. Tabel IV.3.6.9 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Kuliner” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Seputar Informasi Makanan Yang Berada Di Pasar Atom.....	63
18. Tabel IV.3.6.10 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Love And Life</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Bahasan Juga Tips Mengenai Percintaan Dan Kehidupan.....	64
19. Tabel IV.3.6.11 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Comment</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Komentar Dari Para Pengunjung Pasar Atom.....	65

20. Tabel IV.3.6.12 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Health</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Dan Tips Kesehatan.....	66
21. Tabel IV.3.6.13 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Horoscope</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Ramalan Bintang Atau <i>Zodiac</i>	67
22. Tabel IV.3.6.14 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “Resep” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Resep Masakan.....	68
23. Tabel IV.3.6.15 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Beauty</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Dan Tips Mengenai Kecantikan.....	69
24. Tabel IV.3.6.16 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Gadget & Techno</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Seputar <i>Gadget</i> Dan Teknologi.....	70
25. Tabel IV.3.6.17 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Movie</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Tentang Ulasan Film Yang Sedang Populer.....	71
26. Tabel IV.3.6.18 Tingkat Pengetahuan Isi Rubrik “ <i>Thematic</i> ” Dari Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ” Yakni Berisi Informasi Seputar Tema Bulanan Misalnya Februari-Valentine, Desember-Natal Dsb.....	72
27. Tabel IV.3.6.19 Tingkat Pengetahuan Iklan Yang Dimuat Dalam Rubrik Yang Ada Pada Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”.....	73
28. Tabel IV.3.6.20 Tingkat Pengetahuan Jenis Produk Dari <i>Tenant</i> Yang Ditampilkan Pada Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”.....	74

29. Tabel IV.3.6.21 Tingkat Pengetahuan Warna Identitas Dari <i>Tenant</i> Yang Muncul Pada Rubrik Dalam Isi Majalah “ <i>Shopping</i> <i>At Pasar Atom</i> ”.....	75
30. Tabel IV.3.6.22 Tingkat Pengetahuan Jenis Produk Dari <i>Tenant</i> Yang Dimuat Dalam Rubrik Majalah “ <i>Shopping At Pasar</i> <i>Atom</i> ”.....	76
31. Tabel IV.4. Kategori Tingkat Pengetahuan Responden.....	78
32. Tabel IV.4.1.1 Deskripsi Pengetahuan Produk Bagian Kesadaran Akan kategori Dan Merek Produk Dalam Kategori Produk...79	79
33. Tabel IV.4.1.2 Deskripsi Pengetahuan Produk Bagian Terminologi Produk (Bagian Dari Suratu Produk.....	80
34. Tabel IV.1.3 Deskripsi Pengetahuan Produk Bagian Atribut Atau Ciri Produk.....	83
35. Tabel IV.4.2 Tabulasi Silang Antara Usia Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”.....	85
36. Tabel IV.4.3 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”.....	87
37. Tabel IV.4.4 Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”.....	89
38. Tabel IV.4.5 Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At Pasar Atom</i> ”.....	91

39. Tabel IV.4.6 Tabulasi Silang Antara Lamanya Responden Membaca Majalah Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At</i> Pasar Atom”	93
40. Tabel IV.4.7 Tabulasi Silang Antara Banyaknya Edisi Majalah Yang Dibaca Responden Dengan Tingkat Pengetahuan Pengunjung Pasar Atom Mengenai Isi Majalah “ <i>Shopping At</i> Pasar Atom”	94

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner.....	100
2. Koding Data Responden.....	103
3. Hasil Uji Validitas.....	108
4. Hasil Uji Reliabilitas.....	116
5. Identitas Responden.....	116
6. Pernyataan Kuisisioner.....	117
7. Tabulasi Silang.....	122

ABSTRAK

Yohanes Servus Ricky Johan. NRP. 1423014132. TINGKAT PENGETAHUAN PENGUNJUNG PASAR ATOM MENGENAI ISI MAJALAH “*SHOPPING AT PASAR ATOM*”.

Penelitian ini mengambil model Lasswell sebagai *grand teori*, dalam model Lasswell dikatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dari pengunjung Pasar Atom mengenai isi majalah “*Shopping at Pasar Atom*”. Subjek penelitian yakni pengunjung Pasar Atom adalah orang-orang yang datang ke Pasar Atom untuk berbelanja maupun sekedar jalan-jalan. Penelitian ini mengambil pengetahuan produk sebagai indikator untuk mengukur tingkat pengetahuan dari pengunjung Pasar Atom mengenai isi majalah “*Shopping at Pasar Atom*”. Peneliti menggunakan pengukuran pengetahuan subjektif (*subjective knowledge*) yaitu cara mengukur tingkat pengetahuan dengan mengukur apa yang diketahui individu dengan persepsinya sendiri, ia akan menilai diri sendiri secara subjektif seberapa banyak pengetahuan yang ia ketahui. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan tingkat pengetahuan pengunjung Pasar Atom mengenai isi majalah “*Shopping at Pasar Atom*” tergolong dalam tingkat pengetahuan yang tinggi.

Kata kunci: Tingkat Pengetahuan, Pengunjung, Pasar Atom, Model Komunikasi Lasswell.

ABSTRACT

Yohanes Servus Ricky Johan. NRP. 1423014132. LEVEL OF KNOWLEDGE OF ATOM MARKET VISITORS ABOUT THE "SHOPPING AT THE ATOM MARKET" MAGAZINE CONTENT.

This research takes Lasswell's model as a grand theory, in Lasswell's model it is said that the best way to explain the communication process is to answer the question: Who Says What In Which Channel To Whom With What Effects (Who Is What Through What Channel To Who With What Effect)

This research is intended to know the level of knowledge of Atom Market visitors regarding the contents of the "Shopping at Atom Market" magazine. Research subjects is Atom Market visitors are people who come to Atom Market for shopping or just stroll. This study takes the product knowledge as an indicator to measure the level of knowledge of Atom Market visitors regarding the contents of the magazine "Shopping at Atom Market". Researchers use the measurement of subjective knowledge that is how to measure the level of knowledge by measuring what is known to the individual with his own perception, he or she will subjective self-assessing how much knowledge he or she knows. From the results of research that has been done level of knowledge of Atom Market visitors about the contents of the "Shopping at Atom Market" magazine belong to the level of high knowledge.

Keywords: Knowledge Level, Visitor, Atom Market, Lasswell Communication Model.